



UNIVERSIDADE  
**Católica**  
DE GOIÁS

**KATIA ALINE FORVILLE DE ANDRADE**

**TURISMO RURAL NO ENTORNO DA CIDADE DE GOIÁS (GO)**

**DISSERTAÇÃO DE MESTRADO**

**ECOLOGIA E PRODUÇÃO SUSTENTÁVEL**

**Goiânia**

**2006**

**KATIA ALINE FORVILLE DE ANDRADE**

**TURISMO RURAL NO ENTORNO DA CIDADE DE GOIÁS (GO)**

**Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação do Mestrado de Ecologia e Produção Sustentável da Universidade Católica de Goiás para obtenção do título de Mestre.**

**Orientadora: Profa. Dra. Cleonice Rocha**  
**Co-orientadora: Profa. Dra. Eliane Lopes Brenner**

**Goiânia**

**2006**

**KATIA ALINE FORVILLE DE ANDRADE**

**TURISMO RURAL NO ENTORNO DA CIDADE DE GOIÁS GO)**

**APROVADA EM: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_**

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Profa. Dra. Cleonice Rocha**

**(Orientadora)**

---

**Prof. Dr. Ycarim Melgaço Barbosa**

**(Membro)**

---

**Prof. Dr. Aleksandro Eugênio Pereira**

**(Membro)**

## DEDICATÓRIA

*Primeiramente ao meu Deus.*

*Aos meus pais, Elizabeth e José Maria, pelo amor incondicional e principalmente por acreditarem na realização deste sonho.*

*Aos meus filhos, Bruno e Jonathan, por suportarem minha ausência e enfrentarem corajosamente a dor da saudade.*

*Aos meus irmãos, Rodrigo e Fábio, pelo amor e incentivo.*

*Ao meu amado noivo, Kenne, pelo amor, dedicação e orações.*

*Aos meus avós, Almerindo, Isolina e Ivone, pelo carinho.*

## AGRADECIMENTOS

Ao meu Deus, pela capacitação e provisão emocional.

Aos meus pais, filhos, irmãos, noivo e avós, pelo estímulo e créditos.

Aos meus irmãos da Comunidade de Cristãos Betesda, pela vida em família e carinho.

À Profa. Cleonice Rocha, pela sua orientação e disponibilidade, mas acima de tudo pela sua amizade e compreensão em muitos momentos difíceis.

À Profa. Dra. Eliane Lopes Brenner, pelo direcionamento inicial e definição desta pesquisa.

Ao Prof. Dr. José Paulo Pietrafesa, pelo auxílio no direcionamento das entrevistas de levantamento de dados desta pesquisa.

Ao Prof. Dr. José Elmo de Menezes, pelo auxílio na interpretação dos dados desta pesquisa.

Ao MEPS – UCG pela oportunidade de realizar este mestrado.

Aos funcionários do MEPS – UCG, Cristhiane Santos Barbosa Lima e Eduardo Cassimiro de Souza, por todo o suporte.

A todos os professores e colegas de mestrado.

À Sra. Ana Caetano de Almeida Adorno e à Sra. Eny Camilo Machado, proprietárias do Hotel Fazenda Manduzanzan e da Fazenda Quinta Pousada Ecológica, respectivamente.

Aos meus alunos da Universidade Católica de Goiás e Faculdade Padrão.

Em especial, à Angélica Cristina Pereira, pelo apoio nos momentos mais difíceis.

À Cíntia Matielo, Christiane Peres Goulart, Denise Lúcia Mateus Gomes, Elivânia Mussato, Emilene Pereira Silva Santos, Inez Aparecida Lupepic, Irani Cardoso da Silva, Janaína Christina Araújo de Souza Ribeiro Gomes, Marinil Siena Lucena, Nelsione Carla Gonçalves, Nina Simone Vasconcelos, Patrícia Faria, Regiane Machado, Reni Maria W. Hanke, Roberta Ionel Gonçalves Garcias, Sandra Maria Dalla Valle, Solimar Helena Pinzon Andretta e Tiemi Roseli Takahashi, pelo carinho e amizade.

À Profa. Dra. Eliane Bêe Boldrini, à Profa. Msc. Érika Gisele Lotz e ao Prof. Dr. Alexandre Eugênio Pereira, por apresentar-me o ensino de pesquisa e extensão durante a graduação, sobretudo por mostrar-me que eu seria capaz de vencer meus próprios limites.

## O CÂNTIGO DA TERRA

*Eu sou a terra, eu sou a vida.  
Do meu barro primeiro veio o homem.  
De mim veio a mulher e veio o amor.  
Veio a árvore, veio a fonte.  
Vem o fruto e vem a flor.*

*Eu sou a fonte original de toda vida.  
Sou o chão que se prende à tua casa.  
Sou a telha da cobertura de teu lar.  
A mina constante de teu poço.  
Sou a espiga generosa de teu gado  
e certeza tranqüila ao teu esforço.  
Sou a razão de tua vida.*

*De mim vieste pela mão do Criador,  
e a mim tu voltarás no fim da lida.  
Só em mim acharás descanso e Paz.*

*Eu sou a grande Mãe Universal.  
Tua filha, tua noiva e desposada.  
A mulher e o ventre que fecundas.  
Sou a gleba, a gestação, eu sou o amor.*

*A ti, ó lavrador, tudo quanto é meu.  
Teu arado, tua foice, teu machado.  
O berço pequenino de teu filho.  
O algodão de tua veste e o pão de tua casa.*

*E um dia bem distante a mim tu voltarás.  
E no canteiro materno de meu seio  
tranqüilo dormirás.*

*Plantemos a roça. Lavremos a gleba.  
Cuidemos do ninho, do gado e da tulha.  
Fartura teremos e donos de sítio  
felizes seremos.*

*Cora Coralina*

## SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS .....	ix
LISTA DE TABELAS E QUADROS.....	x
LISTA DE ABREVIATURAS E SÍMBOLOS.....	xi
RESUMO.....	xii
ABSTRACT .....	xiii
1 INTRODUÇÃO .....	1
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	3
2.1 DAS BANDEIRAS E DA MARCHA PARA O OESTE À MOVIMENTAÇÃO DO TURISMO NO INTERIOR DO CERRADO GOIANO .....	3
2.1.1 Das Bandeiras.....	4
2.1.2 Da Marcha Para O Oeste .....	5
2.1.3 O Turismo no Interior do Cerrado Goiano .....	6
2.2 FORMAS OU TIPOLOGIAS DE TURISMO .....	9
2.2.1 Turismo Rural.....	10
2.2.1.1 As possibilidades do turismo rural.....	14
2.2.2 Turismo Sustentável.....	18
2.2.2.1 Programa de certificação em turismo sustentável.....	20
2.2.2.2 Planejamento turístico.....	22
2.3 O MERCADO TURÍSTICO E A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA, DA MOTIVAÇÃO À PERCEPÇÃO.....	24
2.3.1 Marketing no Turismo.....	25
2.4 ECOLOGIA, MEIO AMBIENTE E PRODUÇÃO SUSTENTÁVEL DO TURISMO.....	32
2.4.1 Ecologia e Meio Ambiente.....	32
2.4.2 Desenvolvimento Sustentável.....	36
2.5 SISTEMA TURÍSTICO .....	37
2.6 IMPACTOS DO TURISMO.....	40
3 METODOLOGIA DA PESQUISA.....	49
3.1 UNIVERSO E AMOSTRA.....	50
3.2 COLETA DOS DADOS.....	50
3.2.1 Estudo Exploratório.....	50
3.2.2 Levantamento das Informações.....	50
3.3 PLANO AMOSTRAL.....	52
3.4 TRATAMENTO DE DADOS.....	53
4 RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	54
4.1 RESULTADOS.....	54
4.1.1 Inventário e Entrevista com as Proprietárias dos Empreendimentos Turísticos.....	54
4.1.1.1 Hotel Fazenda Manduzanzan.....	55
4.1.1.2 Fazenda Quinta Pousada Ecológica.....	60

4.1.2 Entrevista com os Funcionários dos Empreendimentos Turísticos.....	64
4.1.2.1 Hotel Fazenda Manduzanzan.....	64
4.1.2.2 Fazenda Quinta Pousada Ecológica.....	67
4.1.3 Entrevista com Turistas Hospedados nos Empreendimentos Turísticos.....	69
4.2 DISCUSSÃO.....	75
4.2.1 Discussão dos Resultados Individuais dos Empreendimentos.....	76
4.2.1.1 Hotel Fazenda Manduzanzan.....	76
4.2.1.2 Fazenda Quinta Pousada Ecológica.....	79
4.2.2 Comparativos dos Empreendimentos.....	81
4.2.3 Discussão dos Resultados das Entrevistas com Turistas Hospedados nos Empreendimentos Turísticos.....	84
5 CONCLUSÃO.....	88
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	93
APÊNDICES	
ANEXOS	



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa do Caminho do Ouro.....	7
Figura 2 - Mapa de localização da Cidade de Goiás.....	8
Figura 3 - O Interrelacionamento dos Princípios do Turismo.....	16
Figura 4 – Local de Origem dos Turistas .....	69
Figura 5 – Meio de Informação.....	70
Figura 6 – Razão da Escolha do Hotel/Fazenda.....	70
Figura 7 – Manifestações culturais que o turista gostaria de ter vivenciado no hotel/pousada durante sua estada.....	72
Figura 8 – Tipos de lembranças que o turista esperava levar do passeio.....	73
Figura 9 – Motivação para a hospedagem no hotel/pousada.....	74

## LISTA DE TABELAS E QUADROS

Tabela 1 – Posicionamento do Hotel Fazenda Manduzanzan X Princípios do Turismo Rural	76
Tabela 2 – Posicionamento da Fazenda Quinta Pousada Ecológica X Princípios do Turismo Rural.....	79
Quadro 1- Atrativos Naturais da Cidade de Goiás .....	9
Quadro 2 – Atrativos Histórico-Culturais da Cidade de Goiás .....	9
Quadro 3 – Tipos ou Formas de Turismo.....	10
Quadro 4 - Fatores sócio-culturais e econômicos que impactam a comunidade local e o turista .....	42

**LISTA DE ABREVIATURAS E SÍMBOLOS**

AGEPEL -	Agência Goiana de Cultura Pedro Ludovico Teixeira
AGETUR -	Agência Goiana de Turismo
AGOTUR -	Associação Goiana de Turismo Rural
CELG -	Companhia Energética de Goiás
CNTur -	Conselho Nacional de Turismo
ECO 92 -	Convenção sobre a Diversidade Biológica realizada na cidade do Rio de Janeiro (RJ) no período de 1º a 12 de junho de 1992, também conhecida por Rio 92
EMBRAPA -	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EMRATUR -	Instituto Brasileiro de Turismo
FICA -	Festival Internacional de Cinema Ambiental
GO -	Goiás
GO-070 -	Rodovia estadual de Goiás que dá acesso à Cidade de Goiás
IBGE -	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IH -	Instituto de Hospitalidade
ISO -	International Standartization Organization
ISO 14000 -	Série de normas da ISO voltadas para a gestão Ambiental
KM -	Quilometro
KM <sup>2</sup> -	Quilometro quadrado
NIH-54:2004	Norma do Instituto de Hospitalidade voltada para o Sistema de Gestão Sustentável para Meios de Hospedagem
OMT -	Organização Mundial do Turismo
PCTS -	Programa de Certificação de Turismo Sustentável
PEA -	População Economicamente Ativa
PEA Agrícola -	População Economicamente Ativa com renda a partir das atividades agrícolas
PEA Rural -	População Economicamente Ativa residente em zona rural
PDT -	Plano de Desenvolvimento Turístico
PIB -	Produto Interno Bruto
PNAD -	Pesquisa Nacional por Amostragem Domiciliar
PNMT -	Programa Nacional de Municipalização do Turismo
PRONAF -	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
PRONAF Turismo Rural -	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar voltado para a exploração do turismo rural como alternativa de renda
RIO 92 -	Convenção sobre a Diversidade Biológica realizada na cidade do Rio de Janeiro (RJ) no período de 1º a 12 de junho de 1992, também chamado de ECO 92
SEBRAE -	Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa
SEBRAE-GO -	Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequena Empresa de Goiás
SEMA -	Secretaria do Meio Ambiente
SENAR -	Sindicato Rural
SGS -	Sistema de Gestão Sustentável
SISTUR -	Sistema Turístico
UNESCO -	Organização das Nações Unidas para a Educação a Ciência e a Cultura
°C -	Graus Celsius
% -	Porcento ou por cento

## RESUMO

Neste trabalho caracterizou-se o turismo rural no entorno da Cidade de Goiás, no Estado de Goiás. Foi realizado estudo de caso em duas propriedades cadastradas no SEBRAE-GO como executoras de turismo rural, o Hotel-Fazenda Manduzanzan e a Fazenda Quinta Pousada Ecológica. Foi utilizada a observação como procedimento metodológico desta pesquisa que é qualitativa com caráter exploratório e descritivo, foram realizadas também entrevistas com as proprietárias e funcionários do hotel/pousada com apoio de questionários semi-estruturados com perguntas abertas e fechadas e, ainda, aplicou-se questionários composto de perguntas fechadas aos turistas hospedados nos dois empreendimentos. Com base nos princípios do turismo rural, observou-se que nos dois casos estudados, o turismo rural foi desenvolvido sem o devido planejamento da atividade o que justifica a não concordância com a maioria destes princípios, não incluindo atividades da lida rural, sem levar em conta a valorização da cultura local, sem promover o comércio de produtos alimentícios e artesanato local. Foi observado também que os dois empreendimentos não estão sensibilizados para a adoção de medidas de gestão ambiental bem como de educação ambiental. Entretanto, constatou-se que a Fazenda Quinta Pousada Ecológica atende a mais princípios do turismo rural, mesmo assim necessitando de muitas adequações sugeridas neste trabalho. Portanto, concluiu-se que, no entorno da Cidade de Goiás é praticado turismo em meio rural e não caracteriza uma alternativa de renda para agricultura familiar.

**Palavras-Chave:** turismo em meio rural, turismo sustentável, agricultura familiar.

## ABSTRACT

The aim of this essay was to characterize the rural tourism next of the Cidade de Goiás. Study of the case in two farms, the Hotel- Fazenda Manduzanzan and Fazenda Quinta Pousada Ecológica, was carried out. These farms were registered in SEBRAE as rural tourism promoters. The methodological procedure used was qualitative analysis with exploratory and descriptive character, by interviews with open and closed questions, and had also been applied questionnaires composed by closed questions to the tourists housed in the two enterprises. On the basis of the rural tourism principles, were observed that in the both of cases, the rural tourism was developed without promoting the commerce of food and local products. It was also observed that the both enterprises are not sensitized for the adoption of ambient management as well as for ambient education. However, it was evidenced that the Fazenda Quinta Pousada Ecológica is nearest of the rural tourism principles, but still needing many adequacies suggested in this work. In conclusion, next to Cidade de Goiás has been practiced tourism in rural space and it does not characterize an alternative of income for family agriculture.

**Key Words:** tourism in rural space, sustainable tourism, family agriculture.

# 1 INTRODUÇÃO

O Estado de Goiás tem como principal bioma o Cerrado, rico em flora e fauna com diversificada biodiversidade. Possui relevo plano com regiões serranas, várias cachoeiras e rara beleza natural, o que propicia a atividade de turismo na natureza.

A Cidade de Goiás, antiga capital do Estado, destaca-se como uma das principais Cidades turísticas em Goiás e foi decretada em 2001 como Patrimônio da Humanidade pela Organização das Nações Unidas para a Educação a Ciência e Cultura – UNESCO. Nela predomina o turismo histórico-cultural e religioso, apesar de possuir grande potencial para as diversas formas de turismo na natureza devido à existência de atrativos em suas redondezas como a Serra Dourada, Cachoeira das Andorinhas, a Cachoeira Grande, a Piscina natural da Chácara da Sota, o Balneário Santo Antônio e o Balneário Sucuri (AGEPEL, 2006).

Entre as potenciais formas de turismo na natureza no entorno da Cidade de Goiás destaca-se o turismo rural. Todavia, somente três propriedades são cadastradas no Sebrae-GO como executoras dessa tipologia de turismo, sendo que uma delas não se encontra em atividade.

O turismo histórico-cultural e religioso da Cidade de Goiás<sup>1</sup> já foi fruto de estudos por diversos autores (MORAES, 2002; BATISTA, 2003; JARDIM et al, 2003; FREITAS, 2004). Mas, estudos sobre o turismo na natureza nesta região são muito escassos. Desta forma, um estudo para se verificar como está sendo desenvolvido o turismo rural no entorno da Cidade de Goiás se faz necessário.

---

<sup>1</sup> A Cidade de Goiás tem como nome oficial Goiás, também chamada de Goiás Velha por ter sido antiga capital do Estado de Goiás, sendo mais conhecida como Cidade de Goiás. Neste trabalho optou-se por denominá-la Cidade de Goiás com a palavra Cidade grafada com letra maiúscula, como a exemplo do site da Agência Goiana de Turismo (<http://www.goiasbrasil.tur.br/agetur/index.php?dir=cidades2&cid=94>). .

Portanto, o presente trabalho tem por objetivos:

- caracterizar o turismo desenvolvido nas duas propriedades do entorno da Cidade de Goiás cadastradas no SEBRAE-GO como executoras de turismo rural;
- verificar a tipologia de turismo que o turista frequentador destas propriedades está a procura;
- comparar as duas propriedades para se verificar qual delas aproxima-se mais do turismo rural e;
- propor recomendações de melhoria da oferta dos serviços prestados a fim de atenderem às expectativas dos turistas e adequem-se à categoria de turismo rural na perspectiva de um turismo sustentável.

Esta pesquisa é qualitativa com caráter exploratório e descritivo, realizada por meio de um estudo de caso em duas propriedades cadastradas no Serviço de Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Goiás - SEBRAE-GO como executoras de turismo rural, o Hotel-Fazenda Manduzanzan e a Fazenda Quinta Pousada Ecológica. Como procedimentos metodológicos foram utilizados: observação e entrevistas realizadas com as proprietárias e funcionários do hotel/pousada e com os turistas hospedados nos dois empreendimentos.

O presente trabalho consta de cinco partes, além desta introdução. A segunda parte traz a fundamentação teórica. Na terceira é descrita a metodologia utilizada neste trabalho. Na quarta são apresentados os resultados e a discussão. Na quinta parte é apresentada a conclusão e na última parte é apresentada a bibliografia utilizada.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo serão abordados temas pertinentes a esta dissertação. Será feita uma breve descrição do surgimento do Estado de Goiás e do turismo como uma de suas principais fontes econômicas, seguido das tipologias de turismo especificando para o turismo rural inserido no turismo sustentável, o mercado turístico e, finalmente, a relação do turismo com o meio ambiente.

### 2.1 DAS BANDEIRAS E DA MARCHA PARA O OESTE À MOVIMENTAÇÃO DO TURISMO NO INTERIOR DO CERRADO GOIANO

A localização privilegiada do Estado de Goiás, ocupando o centro do país, o tornou, em diferentes períodos do século XX (a descoberta do ouro demandou uma nova política territorial para o Estado, que incluía a criação da Capitania de Goiás, uma política tributária, além da fundação vilas e arraiais.), alvo de políticas territoriais nacionais. A Marcha para o Oeste, a Edificação de Goiânia, os Projetos de Colonização Federal, o Plano Rodoviário Nacional seguido da edificação de Brasília, a criação do Estado do Tocantins, entre outros eventos, demonstram a importância desse território do ponto de vista de uma política voltada para a integração nacional. No entanto, a consideração da posição geográfica central e o papel das políticas públicas seria insuficiente enquanto parâmetro de análise para compreender a nova configuração regional do território goiano a partir dos anos 1970. É preciso considerar a dimensão técnica na produção de novas relações regionais no território goiano, para então compreender os agentes que promoveram as diversidades regionais. Tal atitude permitirá compreender as chamadas “desigualdades regionais” como conseqüências, também, da incorporação seletiva de novas relações técnicas. (ARRAIS, 2002, p.6)

Do início da colonização do Estado de Goiás, das bandeiras na captura de mão-de-obra indígena e na exploração de minérios preciosos, Goiás passa pela marcha para o oeste identificando sua importância econômica a partir da expansão de suas fronteiras agrícolas. Com isso, descobre, então, se sua vocação para o agronegócio como atividade econômica e dentro desta o turismo.



Com base neste contexto, o intuito deste capítulo é posicionar o turismo no interior do cerrado goiano como uma fonte impulsionadora de renda e empregos, dentro do conceito do desenvolvimento sustentável local.

### 2.1.1 Das Bandeiras

O Estado de Goiás tem seu descobrimento a partir das primeiras bandeiras que, segundo Palacín e Moraes (2001), datam ainda do primeiro século da colonização do Brasil, embora sem notícias precisas. As expedições tinham caráter oficial sendo destinadas à exploração de riquezas minerais no interior do território brasileiro ou à captura de índios. No século XVII as expedições são intensificadas em busca de índios, neste período já escassos, e iam até o extremo norte de Goiás via fluvial. Ainda no mesmo século as bandeiras passam a ser feitas por terra.

Somente no século XVIII, o Anhanguera<sup>2</sup> vem para Goiás com a intenção de fixar povoamento, o que lhe deu o título de descobridor de Goiás, encontrando ouro na cabeceira do rio Vermelho, dando-se assim, o início do povoamento do arraial de Sant'Ana, depois chamado de Vila Boa e então Cidade de Goiás, abrigando por 200 anos a capital do Estado de Goiás.

Com a decadência do ciclo de ouro, a coroa portuguesa passa a incentivar a agricultura em Goiás, no entanto, observaram-se alguns problemas como: rejeição dos mineiros pelo trabalho agrícola, baixa rentabilidade com ausência de mercado consumidor, dificuldade de exportação e custo com transportes.

Os mineiros que permaneceram em Goiás passaram a dedicar-se à agricultura de subsistência e à pecuária, que alcançou êxito, pois havia facilidade no transporte do gado até

---

<sup>2</sup> Apelido que os índios deram ao bandeirante Bartolomeu Bueno da Silva, ícone da colonização do Estado de Goiás, que significava Diabo Velho (PALACÍN e MORAES, 2001).

ao mercado consumidor. Desta forma, espalharam-se fazendas de gado por todo o sertão de Goiás, muito embora a pecuária só tenha se intensificado com o movimento governista brasileiro denominado marcha para o oeste.

### 2.1.2 Da Marcha Para O Oeste

Após a Segunda Guerra Mundial, o governo de Getúlio Vargas passa a incentivar a ocupação do Centro-Oeste brasileiro, que veio promover a expansão da atividade agropecuária na região, inclusive no Estado de Goiás, a partir da migração de colonos gaúchos<sup>3</sup>.

De acordo com Estevam (2004) as fazendas de gado do interior de Goiás, sob o controle de poucas famílias, baseavam-se em um processo produtivo básico com pecuária extensiva e agricultura de subsistência.

O agronegócio se firmou primeiramente nas terras do Sul do Brasil, e já nas décadas de 1970 e 1980 atingiu o Centro-Oeste, incorporando áreas do Estado de Goiás e continuando sua marcha na direção ao Oeste. Conforme a Embrapa (2004) a soja entra em Goiás via região Sul e Sudoeste do Estado, composto de chapadões revestidos pelo Cerrado e que antes, eram considerados improdutivos, foram transformados numa paisagem verde e homogênea. Este tipo de agricultura privilegia as grandes propriedades em detrimento das pequenas.

Desta forma, aos pequenos proprietários restam alternativas como agricultura familiar e atividades não agrícolas como, por exemplo, o turismo, como discutido por Bravo (1998) e Silva et al (1998).

---

<sup>3</sup> Rio-grandense-do-sul (FERREIRA, 2004).

É oportuno destacar que o turismo é visto como uma alternativa de desenvolvimento local, sobretudo promovendo a sustentabilidade sócio-econômica e ambiental.

### 2.1.3 O Turismo No Interior No Cerrado Goiano

O Estado de Goiás estende-se a um território de 340.086.698 Km<sup>2</sup> e totaliza 246 municípios conforme informações do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (BRASIL, 2006), inseridos dentro do bioma Cerrado.

Dada sua posição tropical, as terras goianas são predominantemente quentes. Ao término do período chuvoso, que se estende de setembro a março, inicia-se a seca, que vai de abril a agosto, e apesar da semi-aridez mantém uma paisagem cênica proporcionada pelo Cerrado em meio a áreas produtivas de plantações e pastagens.

No Estado de Goiás é nítida a potencialidade do seu patrimônio turístico a partir de seus atrativos naturais, histórico-culturais e religiosos.

Em 2002, a Agência Goiana de Turismo – AGETUR, após realizar uma pesquisa de demanda turística dividiu o território do Estado de Goiás em quatro áreas turísticas denominadas: Caminho da Biosfera, Caminho do Sol, Caminho do Ouro e Caminho das Águas. Posteriormente em 2003, o Ministério do Turismo inventariou as regiões turísticas brasileiras e classificou Goiás como Região do Ouro (BRASIL, 2003). Em cada roteiro temático foi considerado o interesse de promoção turística dos municípios agrupados, buscando aumentar a atratividade do Estado como o fluxo de turistas.

A área de estudo deste trabalho é o Caminho do Ouro, onde se situa a Cidade de Goiás, conforme mostra a figura 1.



Figura 1 – Mapa do Caminho do Ouro. Fonte: <http://www.agetur.go.gov.br/Viajagoias>

A Cidade de Goiás, município histórico goiano do ciclo do ouro, é classificada pelo Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR (2002) como município turístico, conta com 28 mil habitantes, distribuídos em uma área de 3.108 Km<sup>2</sup> segundo dados do IBGE (BRASIL, 2006). Dista 136 Km de Goiânia, a capital do Estado de Goiás, e 360 Km de Brasília, Distrito Federal (figura 2), sendo sua principal via de acesso a rodovia estadual GO-070.

Segundo a AGETUR (GOIÁS, 2000), a atividade turística na Cidade de Goiás é a base econômica do município, seguido do comércio e da agropecuária. Com terras férteis, a Cidade de Goiás ainda tem a exploração de minérios.

De acordo com Nascimento (1991), a Cidade de Goiás está a 496 metros de altitude e morfologicamente localiza-se numa área de expressivas depressões, situada ao pé da Serra Dourada, ao longo do rio Vermelho, que constitui formações de minérios de berilo, mica, turmalina, esmeralda, cassiterita, entre outras. Sua vegetação é bastante variada, contemplando florestas, cerrados e campos.

Por situar-se numa região serrana, a Cidade de Goiás apresenta-se com temperaturas em torno de 30°C, e as noites têm temperatura amena, por volta de 20°C (CLIMA TEMPO, 2006). Seu clima é classificado como quente e subúmido, com quatro a cinco meses secos (NÍMER, 1972, apud NASCIMENTO, 1991). Desta forma, 80% das chuvas ocorrem entre os meses de novembro e março, fora deste período a umidade relativa do ar fica abaixo de 70%. Com este clima as atividades turísticas são favorecidas quase que no ano todo.



Figura 2 - Mapa de localização da Cidade de Goiás. Fonte: <http://www.mapas-brasil.com/goias.htm>

[brasil.com/goias.htm](http://www.mapas-brasil.com/goias.htm)

Em 2001, a Cidade de Goiás recebeu o título de Patrimônio da Humanidade<sup>4</sup> da UNESCO, conservando ainda hoje sua arquitetura barroco-colonial original, patrimônio arquitetônico do Século XVIII.

O patrimônio turístico da Cidade de Goiás é composto pelos atrativos naturais e histórico-culturais. No quadro 1 estão relacionados os atrativos naturais da Cidade de Goiás.

<sup>4</sup> CIDADES HISTÓRICAS BRASILEIRAS ([www.cidadeshistoricas.art.br/goias/index.htm](http://www.cidadeshistoricas.art.br/goias/index.htm), 2006).

Quadro 1 – Atrativos Naturais da Cidade de Goiás

<b>ATRATIVO</b>	<b>LOCALIZAÇÃO</b>
Serra Dourada	GO-070
Cachoeira das Andorinhas	Estrada do Assentamento Mosquito
Cachoeira Grande	GO-070 Km 4 saída para Jussara
Piscina natural da Chácara da Sota	GO-070 – primeiro trevo para a Cidade de Goiás
Balneário Santo Antônio	GO 070 km 125 à 09 Km da Cidade de Goiás - Saída para Goiânia.
Balneário Sucuri	GO- 70 Km 4 saída para Jussara
Lago	GO-070 Km 2 saída pra Goiânia - Atrás da pecuária.

Fonte: Adaptado de [http://www.agepel.goias.gov.br/municipios\\_goianos/goias.htm](http://www.agepel.goias.gov.br/municipios_goianos/goias.htm)

Os atrativos histórico-culturais da Cidade de Goiás são apresentados no quadro 2.

Quadro 2 – Atrativos Histórico-Culturais da Cidade de Goiás

<b>ATRATIVO</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>
Igrejas	Igreja Nossa Senhora Aparecida, Capela São João Batista, Catedral de Sant'Ana, Igreja Nossa Senhora do Carmo, Igreja de Santa Bárbara, Igreja do Rosário, Igreja Nossa Senhora da Abadia, Igreja de São Francisco de Paula
Museu e Construções Históricas	Museu das Bandeiras, Museu de Arte Sacra da Boa Morte, Chafariz de Cauda da Boa Morte, Chafariz da Carioca, Cruz do Anhanguera, Palácio Conde dos Arcos, Casa de Cora Coralina, Quartel do 20º Batalhão da Infantaria
Eventos	Procissão do Fogaréu (Semana Santa) e Folia do Divino, Festival Internacional do Cinema e Vídeo Ambiental – FICA (Junho), Semana de Artes e Festival do Pequi (Outubro).
Produtos artesanais	Culinária típica baseada em arroz com pequi, o arroz com guariroba, o empadão goiano, licores, doces de frutas cristalizadas, cerâmica e artesanato.

Fonte: Adaptado de [http://www.agepel.goias.gov.br/municipios\\_goianos/goias.htm](http://www.agepel.goias.gov.br/municipios_goianos/goias.htm)

As tipologias de turismo mais praticadas na Cidade de Goiás são histórico-cultural e religioso, já o turismo rural no entorno da Cidade de Goiás, objeto deste estudo, é praticado em pequena extensão, apesar do seu alto potencial turístico.

## 2.2 FORMAS OU TIPOLOGIAS DE TURISMO

Existe uma diversidade de tipologias ou formas de turismo (quadro 3) desenvolvidos no mundo. Estas dependem, segundo a Organização Mundial do Turismo - OMT (2003), dos atrativos locais interessantes e incomuns que, voltados ao mercado turístico, visam atender a demanda existente a partir de segmentos e nichos.

Quadro 3 – Tipos ou Formas de Turismo

TIPO OU FORMA	DESCRIÇÃO
Turismo de interesse especial	Baseia-se nos interesses específicos dos turistas, como temas de natureza, culturais, históricos, entre outros.
Turismo de aventura	Refere-se às atividades fisicamente estimulantes, que envolvam algum risco real ou potencial. Exemplos: descida em corredeiras, caminhadas, escaladas, observação da vida selvagem etc.
Turismo de vilarejo	Envolve hospedagem local em vilarejos tradicionais ou próximos, onde o turista permaneça, vivenciem as atividades locais, comam pratos típicos da região etc.
Turismo de fazenda, estâncias e plantações (turismo rural)	Muito popular na Europa. Envolve hospedagem na casa da fazenda ou separada para hóspedes, que comem refeições típicas da fazenda, vivenciam e participam da vida rural. Alguns estabelecimentos oferecem camping e atividades como pesca, caça, caminhadas e passeios a cavalo. O turismo rural também pode envolver visitas de turistas a fazendas de chás, de especiarias, extrativistas, vinícolas, que, em viagem de um dia, mas sem pernoite, buscam aprender sobre o funcionamento da fazenda.
Turismo de rio e canal	Envolve passeios de barco em rios e canais locais, em passeios curtos ou mais longos, com pernoite. Fazem paradas em praias e oferecem entretenimento.
Turismo de navio cruzeiro ou iate	Realizado em grandes lagos, mares e oceanos. Exigem investimentos pesados em portos e marinas.
Turismo rodoviário	Envolve a oferta de hospedagem, restaurantes, postos de gasolina, lojas, banheiros ao longo das estradas utilizadas por turistas que viajam de carro ou ônibus.
Turismo ferroviário	Consistem em viagens e passeios de trem que possibilitam apreciação de paisagem cênica.
Turismo de camping ou caravanas	Oferta de estrutura e instalações para <i>campings</i> .
Turismo residencial	Utilização de casas de férias, também chamadas de residências secundárias.
Turismo voltado às “raízes” e turismo nostálgico	Visita às áreas de origem de seus ancestrais ou lugares onde moraram, trabalharam, lutaram guerras ou estudaram no passado.
Turismo religioso	Romaria feitas à importantes locais religiosos. Atraem turistas locais, regionais e internacionais.
Turismo para jovens	Turismo destinado a oportunidades de vivência, aprendizado e recreação para jovens, com instalações de hospedagem especiais (albergues da juventude).
Albergues da terceira idade	São viagens organizadas para pessoas de terceira idade com oferecimento de hospedagens econômicas, denominadas albergues da terceira idade.

Fonte: Adaptado da OMT (2003, pp. 69-73).

### 2.2.1 Turismo Rural

A caracterização do turismo rural é o tema deste trabalho e, embora o objetivo deste não seja discutir o conceito de turismo rural, é necessário fazer uma introdução a partir do conceito de turismo e turismo rural para situar o assunto abordado.

Para Beni (2001) turismo é um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço. Neste processo intervêm inúmeros fatores de realização social e pessoal, de natureza motivacional, econômica, cultura, ecológica e científica que

ditam as escolhas dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico humanístico, profissional e de expansão dos negócios. Este consumo é feito por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, compreendendo a compra de bens e serviços da oferta original e diferencial das atrações e dos equipamentos a ela agregados em mercados globais com produtos de qualidade e competitivos.

Já o turismo rural tem conceito múltiplo que, segundo a EMBRATUR (2000), inclui uma variedade de denominações afins, como: turismo diferente, turismo interior, turismo doméstico, turismo integrado, turismo endógeno, turismo alternativo, agroturismo e turismo verde. Com relação ao turismo de interior, para Tulik (2003) é um mal entendido relacioná-lo ao turismo rural, uma vez que este pode ocorrer no litoral também.

Para Novaes (1999) turismo rural é conceituado como sendo as atividades turísticas desenvolvidas em meio rural, agregando valor à produção agrícola, sobretudo resgatando o patrimônio cultural e natural da comunidade. Conceito este corroborado por Tulik (2003) ligando o turismo rural à paisagem rural, ao estilo de vida e à cultura local.

Silva et al (1998) utiliza as denominações turismo em áreas rurais ou turismo em meio rural, mais abrangentes que englobam não apenas as atividades rurais já denominadas de turismo rural ou agroturismo, mas contemplam atividades de lazer realizadas no meio rural, como: turismo ecológico ou ecoturismo, turismo de negócios, turismo de saúde etc.

Segundo o SEBRAE (2000), o turismo rural é uma atividade de lazer que o homem urbano procura junto às propriedades rurais produtivas, buscando resgatar suas origens culturais, o contato com a natureza e valorização da cultura local. Já para o homem do campo significa um meio para aumentar a sua renda mensal, de forma harmônica, valorizando a propriedade e o seu estilo de vida.



Rodrigues (2000) classifica o turismo rural em:

- a) Turismo rural tradicional – composto por duas modalidades:
- de origem agrícola – são as propriedades que trazem na sua história a exploração agrária, seu patrimônio arquitetônico conserva a originalidade do meio rural que reformuladas servem para o alojamento dos turistas. Com atividades rurais ou não estas propriedades passam a explorar a atividade turística;
  - de colonização européia – sua origem está relacionada à imigração européia para o Brasil, mostrando a arquitetura européia e oferecendo a gastronomia típica. Ocorre nos estados do sudeste e sul do país.
- b) turismo rural contemporâneo – surgem a partir da década de 1970, quando o turismo passa a ser importante para a economia. São alojamentos construídos em meio rural para receber turistas. Entre eles tem-se:
- hotéis-fazenda – hotéis construídos em meio rural para a exploração do turismo, valorizando a cultura local, a gastronomia, as atividades rurais como cavalgada e esportes rurais;
  - pousadas rurais – de menor porte e menos luxo, oferecem ao turista a fruição da vida no campo, mas sem sofisticação;
  - *spas* rurais – classificados como turismo de saúde na versão moderna dos antigos termas, com fins estéticos;
  - segunda residência campestre – geralmente localizadas em propriedades rurais próximas aos centros urbanos;
  - *campings* rurais – meio de hospedagem importante para o turismo rural no país. Localizam-se próximos à vales em áreas de cobertura vegetal.

Silva et al (1997), ao analisar dados da População Economicamente Ativa - PEA da Pesquisa Nacional por Amostragem Domiciliar - PNAD, do IBGE no período entre 1981 e 1990, a partir das novas relações de trabalho no meio rural através de atividades não agrícolas, entre outras, turismo e lazer, constatou que neste período houve aumento do PEA rural, redução do PEA Agrícola (população que tira sua renda das atividades agrícolas), mas, sobretudo a estagnação do êxodo rural.

O surgimento das atividades não agrícolas citado, para Schneider e Fialho (2000) advém do desenvolvimento econômico da agricultura brasileira, caracterizada pelo incremento de novas tecnologias, utilização de insumos em larga escala, uso de máquinas agrícolas e pelas alterações biogenéticas de grãos que proporcionam maior rendimento.

Segundo este mesmo autor (SILVA et al, 1997), as atividades de lazer desenvolvidas no meio rural contribuem para a preservação da flora local remanescente e muitas vezes com reflorestamento, dando um novo uso às terras antes ocupadas pela agricultura familiar, assalariando antigos posseiros e moradores do local, elevando sua renda e mantendo-os no campo.

Portanto, Silva et al (1997) afirma que o meio rural não pode mais ser visto apenas como produtor de mercadorias agropecuárias, mas como um ambiente que pode oferecer ar, água, turismo, lazer, saúde, resgate do passado. O autor ainda cita João Meirelles Filho, presidente do Instituto de Ecoturismo do Brasil – IEB, que o ecoturismo, em outras palavras as tipologias de turismo de natureza, é uma forma prática de garantir a conservação de áreas naturais, principalmente as grandes extensões de terra que estão em propriedades particulares.

O turismo rural começou espontaneamente na Europa no século XX, em meados da década de 1970 e foi consolidado na década de 1990 como o motor do desenvolvimento

rural através do Programa Leadear I<sup>5</sup>(Liasion Entre Actités de Development da l'Economie Rural), iniciativa da Comunidade Européia para as zonas rurais menos desenvolvidas, visando preparar a reforma da Política Agrária Comum da região (SILVA et al, 1998).

Este segmento do turismo surgiu no Brasil na década de 1980, em Lages, Santa Catarina e espalhou-se pelo país trazendo um paliativo para as pessoas que querem esquecer, por algum tempo, a rotina dos grandes centros urbanos (ARRUDA, 2000).

#### 2.2.1.1 As possibilidades do turismo rural

A diversidade das atividades não agrícolas apontadas nos dados do PNAD<sup>6</sup> dos anos 90 mostrou-se fundamental para a renda das pessoas residentes no meio rural, quando aumenta rapidamente o número de pessoas ocupadas no campo com expansão das atividades não agrícolas (SILVA et al,1997). Fato também analisado nas últimas décadas do século XX na agricultura gaúcha por Schneider e Fialho (2000) que constatam que as atividades não agrícolas, como o turismo, contribuíram com a manutenção de empregos na área rural.

Para Schneider e Fialho (2000) destacam que o meio rural vem sofrendo alterações e incorporando aspectos relacionados ao lazer e ludismo, buscando atrair a população urbana. Rodrigues (2000) relata que no sentido de resgatar as tradições rurais o turismo rural vem colonizando as cidades. Para a autora (RODRIGUES, 2000) esse movimento não é apenas brasileiro, mas nos países capitalistas cujo fenômeno urbano é fonte geradora de estresse.

Já Cavaco (2000) afirma que além valorização do ambiente, da paisagem, do rústico, da história, da tradição e do sossego que sustentam às oportunidades da prática do

---

<sup>5</sup> O programa se propunha, entre outras, a financiar a assistência técnica ao desenvolvimento rural, apoiar a formação profissional, incentivar o turismo rural, bem como a valorização e comercialização de produtos agrícolas regionais. (Silva et al, 1998)

<sup>6</sup> Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, desenvolvida pelo IBGE.

turismo rural, a sua concretização está condicionada a existência de uma população permanente que garanta não só a prestação de serviços, mas a tradição local.

Desta forma, o turismo rural cresce como alternativa de diversificação de renda economicamente viável, agregando valor à atividade agropecuária sem modificá-la, sem perda de suas áreas produtivas e sem alterar suas características.

Segundo a EMBRATUR (2000) e SEBRAE (2000), dentre os pontos positivos do turismo rural planejado e orientado, estão:

- a) Geração de emprego - garante a manutenção de atividades rurais tradicionais e possibilita a permanência das famílias do campo utilizando-se de sua mão-de-obra;
- b) Preservação do patrimônio cultural - resgate e valorização da cultura local criando situações para que o turista possa vivenciá-las, seja na gastronomia, folclore ou arquitetura local;
- c) Melhoria da qualidade de vida local - aumento de renda que determina melhoria nas condições de vida, por exemplo, com a infra-estrutura básica no fornecimento de água, luz, telefonia e estradas conservadas;
- d) Melhoria na formação educacional do homem do campo - promove capacitação para as novas atividades, como atender o turista.

Portanto, os benefícios do turismo rural são incorporados satisfazendo as necessidades do turista, proprietário rural e comunidade rural envolvida como representado na figura 3.

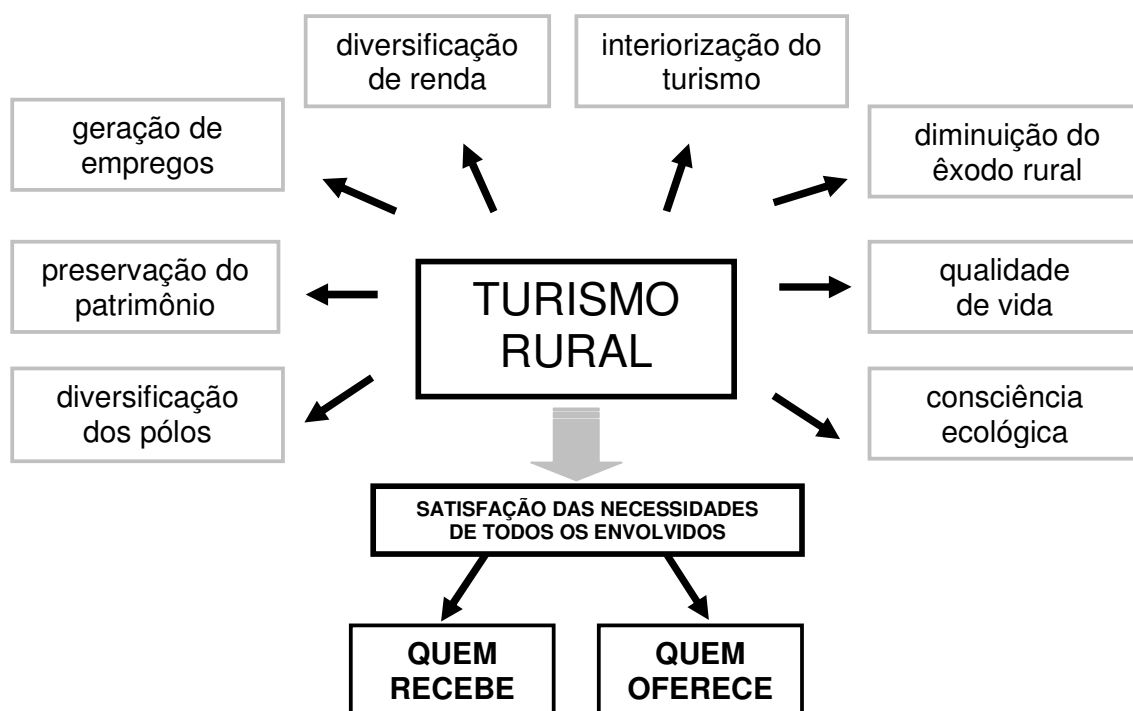


Figura 3 - O Interrelacionamento dos Princípios do Turismo Rural. Fonte: Adaptado de Zimmermann, 1996.

Analisando a figura acima constata-se que o turismo rural quando desenvolvido de forma a atender seus princípios traz benefícios para o proprietário do empreendimento rural, para a comunidade envolvida, como para o turista motivado a esta prática. O desenvolvimento local pode ser percebido com a diversificação dos pólos de turismo agregando a oferta de mais uma tipologia de turismo, neste caso o turismo rural, isto pode até levar a formação de um cluster turístico<sup>7</sup> apresentando uma oferta diversificada e de qualidade, atendendo uma gama maior de nichos e mercados-alvo. Sobretudo, seu efeito multiplicador pode incitar de forma geral o desenvolvimento local promovendo: geração de emprego, diversificação de renda da comunidade, desenvolvendo o turismo de interior, diminuição do êxodo rural,

<sup>7</sup> Beni (2001) define como um conjunto de atrativos, equipamentos e serviços de qualidade, concentrados num mesmo espaço geográfico, apresentados aos turistas como produto acabado em forma de pacote. De uma forma mais simplificada Zardo (2003) conceitua cluster como um agrupamento de atrativos, infra-estrutura, equipamentos e parâmetros mercadológicos. Já Thomazi (2006) fala que estes são flexíveis podendo alcançar variadas formas como cluster ou microclusters, dependendo de sua profundidade, sofisticação e temporalidade.

melhoria na infra-estrutura básica (acesso, estradas, portos, aeroportos, rodoviárias, sinalização, serviços de abastecimento de energia, saneamento, telecomunicações etc) conseqüentemente da qualidade de vida da comunidade, conservação do patrimônio histórico-cultural e natural a partir de uma nova consciência ambiental criada tanto na comunidade como nos turistas.

Observando a realidade da agricultura familiar Bravo (1998) em uma matéria procurou mostrar os caminhos percorridos pela agricultura familiar para chegar ao turismo rural sustentável. Partindo da verticalização da produção aliada à gestão ambiental e ao manejo integrado, chega-se à oferta de atividades turísticas sustentáveis em meio rural com: trilhas interpretativas, restaurante típico de fazenda, visitas às áreas de produção, comercialização de produtos de origem animal (suíno, gado de leite, ave caipira etc) e vegetal (hortaliças, frutas etc), desenvolvendo, assim, a agroindústria familiar artesanal. Schneider e Fialho (2000) enfatizam a potencialidade da criação de um mercado de consumo de produtos de origem agrícola oferece à comunidade alternativa de renda complementar, explorando produtos característicos da região com qualidade tradicional diferenciados dos produtos comercializados no varejo tradicional. Em outros estados brasileiros como Espírito Santo, Paraná e Rio Grande do Sul existem experiências de sucesso na exploração de circuitos e rotas de turismo rural explorando a tradição local como: Rota do Sol e da Moqueca (ES) Circuito Italiano (PR) e Roteiro do Chocolate e do Vinho (RS) (anexo 1).

Neste sentido, Silva et al (1998) aponta o dinamismo e potencial do turismo rural como fator fundamental de interesse do Ministério da Agricultura do Brasil em integrar as atividades que compõem o turismo rural ao Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF, dando condições de desenvolvimento de atividades de turismo e recreativas no meio rural como uma alternativa de renda para o agricultor familiar.

Entretanto, Tulik (2003) fala que a pluratividade e a especialização das funções no meio rural leva a anomalias. Neste contexto, pode levar a exploração da atividade turística, não como uma alternativa de renda da agricultura familiar, mas como uma oportunidade de negócios para empresários de empreendimentos hoteleiros. Contudo a mesma autora (TULIK, 2003) defende que o turismo rural no Brasil deve respeitar a realidade e as especificidades locais e regionais.

Enquanto, Mattei (2004) fala do turismo rural como alternativa para a agricultura familiar, gerando renda e emprego, mencionando o lançamento do PRONAF Turismo Rural em 2003 pelo Governo Federal. Todavia, desde a implantação do programa a inexistência de estudos quantitativos impossibilitam a avaliação de seus resultados.

Desta forma, pode-se entender o turismo rural como um fator de desenvolvimento do turismo sustentável, que visa a sustentabilidade sócio-econômico e ambiental local, desde que atenda os princípios do turismo rural.

### 2.2.2 Turismo Sustentável

A crescente importância da atividade turística na economia das destinações turísticas exige a adoção de novas formas de turismo, com menor impacto ao meio ambiente, dando origem ao turismo sustentável ou durável, como estratégia válida para a discussão e proposição de formas concretas para promover um turismo viável e justo com base na dinâmica local e no planejamento participativo, onde o turismo rural está inserido (SILVEIRA, 1997).

A sustentabilidade precisa ser construída socialmente, com o desafio de criar a utopia da sociedade sustentável, desenvolvendo-se em contínua progressão a capacidade de pensar, essencial à natureza humana, devendo-se compreender o turismo como o viés do

desenvolvimento sustentável (RODRIGUES, 1997). Quando aplicada ao turismo ela deve ir além da dimensão ecológica, pois compreende, também, a melhoria das condições econômicas e sociais das populações locais e a satisfação dos turistas (SILVEIRA, 1997; SWARBROOKE, 2000).

Tabares (1999) aponta que alguns objetivos prioritários para o desenvolvimento dos mercados turísticos precisam ser observados, dentre eles: a) valorização do homem; b) geração de emprego; c) preservação e valorização do patrimônio turístico e, d) desconcentração econômica.

A expressão "turismo sustentável" começou a ser usada a partir do final do século XX, nos anos oitenta, quando começaram a ser consideradas as implicações do Relatório Brundtland frente ao "turismo verde" (RUSCHMANN, 1997).

Swarbrooke (2000) entende o turismo sustentável como uma forma de turismo que vem a satisfazer as necessidades dos turistas, da indústria do turismo e das comunidades locais, sendo uma atividade economicamente viável, preservando recursos dos quais o turismo necessita para as gerações futuras, como o meio ambiente e a comunidade local. Essa relação entre o meio ambiente e o progresso humano deve atender às necessidades da humanidade, mas cuidando de não comprometer o desenvolvimento das gerações futuras.

Muito se fala da prática do turismo sustentável, mas na realidade este nem sempre acontece de acordo com as suas propostas. A causa disto dá-se ao esforço de marketing orientado à venda sem que haja um planejamento minucioso para o desenvolvimento da atividade.



### 2.2.2.1 Programa de certificação em turismo sustentável

A preocupação com a forma como o turismo sustentável vem sendo praticado levou à criação do Programa de Certificação em Turismo Sustentável - PCTS<sup>8</sup>, visa aprimorar a qualidade e a competitividade das micro e pequenas empresas de turismo, estimulando seu melhor desempenho nas áreas econômica, ambiental, cultural e social, contribuindo, assim, para o desenvolvimento sustentável do país e a melhoria da imagem do destino Brasil no exterior (IH, 2004).

O PCTS propõe um Sistema de Gestão da Sustentabilidade - SGS para meios de hospedagem focando preocupação com a sociedade, com as questões culturais e a conservação ambiental, com base na série de Normas da Gestão da Qualidade e na série de Normas ISO 14000<sup>9</sup> de Gestão Ambiental.

Segundo o Instituto de Hospitalidade - IH (2004) o SGS tem como referência os requisitos da Norma NIH-54:2004 “Meios de Hospedagem – requisitos para a sustentabilidade”, que busca atender as três dimensões da sustentabilidade ambiental, sócio-cultural e econômica. Para isto é necessário que o empreendimento faça a identificação e avaliação dos impactos negativos, elabore um plano de ação estabelecendo metas e desenvolva uma matriz de responsabilidade para o cumprimento das ações estabelecidas.

Dentre os objetivos do PCTS têm-se:

- a) desenvolver o Sistema Brasileiro de Normas e de Certificação em turismo sustentável;

---

<sup>8</sup> O programa foi implantado inicialmente nos estados da Bahia, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e São Paulo (IH, 2006).

<sup>9</sup> Segundo Valle (2000), a série de normas ISO 14000 normaliza o gerenciamento da qualidade ambiental dos processos produtivos da empresa. Para a certificação ambiental a empresa deve implantar um Sistema Gestão Ambiental, estar de acordo com a legislação ambiental e comprometer-se com a melhoria contínua de sua performance ambiental, essas três exigências são a base fundamental para Certificação da norma.

b) disseminar informações sobre tecnologias e boas práticas sustentáveis, visando a melhoria de qualidade, meio ambiente, segurança e responsabilidade social no setor turístico;

c) capacitar profissionais para prestar assessoria técnica às empresas e,

d) fornecer subsídios para implementação de boas práticas sustentáveis nas micro e pequenas empresas.

A certificação do turismo gera benefícios tais como (IH, 2004):

a) Ambientais - contribui para a conservação da biodiversidade, auxilia na manutenção da qualidade ambiental dos atrativos turísticos e na proteção de espécies ameaçadas;

b) Econômicos - viabiliza as áreas utilizadas pelo turismo, proporciona um diferencial de marketing, gerando vantagens competitivas para os empreendimentos e facilita o acesso a novos mercados, principalmente o internacional;

c) Social e cultural - assegura boas condições de trabalho, enfatiza a preservação do patrimônio cultural e promove o respeito aos direitos dos trabalhadores, povos indígenas e comunidades locais e politicamente promove o respeito à lei e à cidadania.

Desta forma, a gestão ambiental no turismo, desenvolvida a partir de certificações existentes, seja o PCTS ou a ISO 14000, deve contar, necessariamente, com a participação dos segmentos produtivos na formulação, execução e avaliação das ações preventivas, corretivas e educativas, garantindo a conservação do patrimônio histórico-cultural e ambiental.

Vale ressaltar que a gestão ambiental só pode acontecer com o planejamento da atividade turística.

### 2.2.2.2 Planejamento turístico

O que se vê no Brasil é o crescimento da exploração da atividade turística de forma espontânea, ou seja, sem que haja o devido planejamento.

O crescimento da atividade turística causado pelo crescimento populacional, aumento do tempo livre, exige o planejamento da atividade que não ocorre do dia para a noite (ROSE, 2003). Corroborando, Ruschmann e Widmer (2001) afirmam que o planejamento é fundamental e indispensável para o desenvolvimento do turismo sustentável. Já Zardo (2003) considera o planejamento turístico um meio poderoso para alavancar o desenvolvimento local.

Para isso, é necessário fazer um levantamento detalhado dos atrativos, criar infraestrutura adequada, principalmente a infra-estrutura básica, envolver a comunidade no processo educativo e produtivo do turismo e desenvolver serviços de apoio e especializados.

O planejamento turístico requer a realização do inventário, elaboração de diagnóstico e prognóstico (RUSCHMANN e WIDMER, 2001). Segundo Zardo (2003) estes passos levam à proposição de objetivos e metas, composição do plano de desenvolvimento turístico – PDT (composto de programas genéricos e por temas, inclusive de conscientização que pode começar na escola com turismo educativo) e de projetos que são as ações dos programas como exemplo: no programa de conscientização turística pode haver o projeto de Cartilhas Escolares). A implantação do PDT é o próximo passo que corresponde à operacionalização dos programas e projetos idealizados e, finalmente o acompanhamento da implantação onde o gestor monitora a efetividade das ações implantadas para, se necessário, alterar alguma estratégia ou replanejar alguma ação<sup>10</sup>.

---

• <sup>10</sup> As etapas mencionadas caracterizam Ciclo PDCA cuja sigla em inglês significa: *Plan, Do, Check, Action*. Em português significa: Planejar, Desempenhar, Checar, Atuar. O PDCA é um ciclo de coordenação na melhoria contínua, verificando cuidadosamente as etapas do processo de melhoria, podendo assim definir metas, educar e treinar, acompanhar e executar tarefas, revisar os resultados, corrigir e re-planejar em ciclo contínuo objetivando a melhoria (BASTA e MARCHESINI, 2004).

Segundo a OMT (2003) o planejamento no turismo tem objetivo trazer benefícios sócio-econômicos para a sociedade, protegendo a natureza a cultura local. Seu processo sistêmico, seguem os seguintes passos:

- a) preparação do estudo, com a listagem dos termos de referência para o projeto de planejamento;
- b) determinação dos objetivos do projeto;
- c) levantamento e avaliação dos elementos relevantes;
- d) análise e síntese das informações obtidas no levantamento;
- e) formulação da política e do plano turísticos;
- f) formulação de outras argumentações;
- g) implementação e gerenciamento.

Quanto à avaliação do impacto ambiental, este deve ser aplicado ao projeto visando garantir que o projeto trará benefícios ao local, evitando impactos sócio-econômicos e ambientais (OMT, 2003).

Para a OMT (2003) os planos são elaborados para execução em um período definido, geralmente a longo prazo, cerca de 15 anos, contudo variando entre 10 a 20 anos. No entanto, no plano contém recomendações que devem ser executadas em curto (até 1 ano) ou curtíssimo prazo (1 dia). Esta é uma das maiores dificuldades observadas no planejamento turístico de localidades, visto que os mandatos eleitorais são muito menores que os prazos de exeqüíveis num planejamento.

Conforme a OMT (2003), o planejamento do turismo precisa compreender todo o sistema turístico (BENI, 2001) de maneira integrada. Ou seja, o planejamento precisa envolver todos os setores da sociedade na prestação de serviços e varejo, mas principalmente a comunidade local deve fazer parte deste processo.

No entanto, as responsabilidades para o bom planejamento do turismo são tanto do Estado como da iniciativa privada (RUSCHMANN e WIDMER, 2001; BOULLÓN, 2001).

Desta forma, é imprescindível conhecer a situação atual do mercado turístico bem como a motivação e percepção da experiência vivenciada pelo turista (BOULLÓN, 2002).

### 2.3 O MERCADO TURÍSTICO E A EXPERIÊNCIA TURÍSTICA, DA MOTIVAÇÃO À PERCEPÇÃO

O mercado turístico é composto pela oferta e demanda turística. A primeira é caracterizada pela localidade receptora dotada de infra estrutura especializada, enquanto a demanda turística é representada pela quantidade de pessoas com disponibilidade financeira e tempo para viajar, não havendo uma distribuição física, uma vez que é o turista que se desloca.

Embora o objetivo deste trabalho não seja discutir o mercado e o marketing turístico, para auxiliar a análise desta pesquisa é necessário fazer uma breve introdução a partir de suas definições e conceitos para situar o tema abordado com relação à motivação, expectativa, experiência e percepção turística, assuntos intimamente ligados à promoção da atividade turística.

Carvalho e Vasconcellos (2006, p. 138) falam do mercado de turismo numa abordagem econômica, definindo-o como:

... mecanismo pelo qual os consumidores e os ofertantes de bens e serviços turísticos encontram-se para determinar preços e quantidades e realizar transações de compra e venda. Desse mecanismo de confronto entre oferta e procura participam três elementos básicos: os **produtores**<sup>11</sup>, os **vendedores** e os **compradores** desses produtos ou serviços.

---

<sup>11</sup> O grifo é dos autores (Carvalho e Vasconcellos, 2006, p. 138).

Para Beni (2006) é necessário compreender a dinâmica dos processos de produção, distribuição e consumo e sua interação, considerando principalmente a diferenciação dos recursos e do produto turístico<sup>12</sup>.

Segundo a OMT (2003) o turismo emerge como um dos principais setores socioeconômicos mundiais tendo com índice médio de crescimento cerca de 4% a 5% ao ano na segunda metade do século XX. No ano de 1995, gerou no mundo um rendimento de 3,4 trilhões de dólares, contribuindo com 10,9% do PIB mundial, criando 212 milhões de postos de trabalho e gerando 637 bilhões de dólares em impostos que contribuem para a sustentabilidade econômica dos Estados. A estimativa é de crescimento substancial nos fluxos de turismo internacional e doméstico até o ano de 2020 para todos os continentes do planeta.

No contexto mercadológico, entende-se que o marketing voltado à promoção da atividade turística é imprescindível visto a complexidade do mercado turístico e a diversidade da oferta turística e de empresas prestadoras de serviços turísticos, necessitando o produto ou serviço de diferenciação.

### 2.3.1 Marketing no Turismo

No final da década de 1960, segundo Acerenza (1998), a introdução de novas técnicas de marketing na atividade turística mudou o enfoque da comercialização do turismo, nascendo na Europa Ocidental o conceito de produto turístico e com este a padronização da oferta orientada para o turista. Holloway e Plant (1996) abordam a rara aplicação do marketing nos negócios turísticos, enquanto Machín (1997) aponta que, tradicionalmente, o planejamento estratégico de marketing não é uma prática das empresas turísticas, já que

---

<sup>12</sup> O produto turístico, para Tabares (1999), é formado pelo conjunto de bens e serviços ofertados ao mercado (para um conforto material ou espiritual), de forma individual ou em uma gama ampla de combinações resultantes das necessidades, requerimentos ou desejos de um consumidor ao que chamamos de turista

geralmente têm estrutura de pequeno porte e seus administradores entendem que o marketing é caro e pouco útil.

Entende-se que o marketing voltado ao turismo é importante tanto para implementar o turismo junto ao mercado consumidor, como também para a própria comunidade do local, atuando na sua conscientização quanto aos benefícios que pode trazer e, principalmente, estimulando atitudes positivas em relação às atividades desenvolvidas em meio à natureza.

As modalidades de marketing mais aplicadas no turismo são o marketing turístico e o marketing ambiental. Ambos buscam o planejamento integrado do marketing voltado para o turismo sustentável.

Rose (2002) cita definições de marketing turístico de vários autores concluindo que o marketing na prestação de serviços turísticos é primordial, visando a satisfação de necessidades e desejos dos consumidores, independente das motivações que os levam a realizar suas viagens.

Enquanto, o marketing voltado ao meio ambiente, chamado de marketing ambiental, marketing verde ou ecológico, é uma ferramenta capaz de criar um diferencial competitivo, sobretudo com a função de posicionar a empresa ou o produto no mercado vinculando-os à imagem de “ecologicamente correta”. Por exemplo, empresas vinculam seu nome à conservação ambiental através de novos processos produtivos ou ações sócio-ambientais. Desta forma, o mercado passa a lembrá-la como aliada à questão ambiental, o que vem a agregar valor à sua marca ou produto/serviço.

Para Giuliani (2003), o marketing verde é uma prática adotada por empresas que se preocupam com o meio ambiente. Desta forma a empresa envolve diversas ações preventivas ao meio ambiente, assim a empresa contribui na educação ambiental de forma que interagem no comportamento dos consumidores. Para o autor, as empresas devem

desenvolver uma pesquisa de segmentação de mercado, para analisar as necessidades dos mercados-alvo, podendo assim atender seus interesses com eficácia, busca do lucro, fidelidade dos clientes e prevenção do meio ambiente, de forma que as empresas façam no mercado produtos ambientalmente corretos e usam a estratégia de marketing - marketing verde - para divulgação dos seus produtos como um diferencial competitivo.

O marketing voltado ao meio ambiente proporciona a imagem dos produtos ecologicamente corretos estimulando a preferência dos consumidores que desejam encontrar qualidade ambiental nos produtos que consomem.

De acordo com Oliveira (1999), o marketing ambiental dá suporte à conscientização dos problemas ecológicos, fazendo com que as empresas e a sociedade visualizem a necessidade do meio ambiente e o fator custo benefício da sua atuação responsável. Além disso, age também como educador ambiental, exigindo um novo padrão de produção menos agressiva ao ambiente e, assim se tornando estratégias de alcance ao mercado consumidor.

Na atividade turística, visto sua premente necessidade de buscar o equilíbrio com o meio ambiente favorecendo a capacidade de sustentação dos recursos, o marketing voltado ao meio ambiente, além de promover as vendas do produto turístico também se torna responsável pelo controle da demanda ao promover vendas apropriadas a cada destinação. Contudo, este não pode se resumir apenas em propaganda, que é uma forma da empresa se comunicar e conscientizar seus consumidores na questão ambiental.

Daí a necessidade de utilizar-se do marketing ambiental aliado ao marketing turístico para a sustentabilidade da atividade turística, promovendo a motivação da demanda turística.



“A demanda expressa-se por meio da busca que o consumidor faz para obter seus produtos. Do ponto de vista econômico a demanda é entendida como uma força motivadora da necessidade...” (DIAS e CASSAR, 2005, p. 108).

Ruschmann (1999) menciona a instabilidade da demanda turística, que pode tanto massificar uma destinação ou deixar de visitá-la por vários motivos, caracterizando a sazonalidade da atividade turística e comprometendo sua rentabilidade, causando impactos sócio-econômicos e, ainda, perdendo sua característica de turismo “natural”. A demanda real das localidades turísticas, além de fornecer dados sobre a situação atual do mercado, proporciona todas as condições para a determinação das medidas futuras que deverão ser tomadas pelos planejadores da atividade, tanto no aspecto espacial como mercadológico.

A promoção turística é um elemento essencial no impulso do mercado turístico, desenvolvendo relações profícuas entre oferta e demanda turística. Rose (2002) denomina a comunicação no turismo como algo complexo, uma vez que tem a missão de atingir um público heterogêneo em necessidades, desejos e comportamentos.

Torna-se fundamental o desenvolvimento cauteloso das estratégias de promoção da oferta turística sem, no entanto, incitar o turismo exploratório e desenfreado. Para isso, faz-se um plano de marketing que, segundo a OMT (2003), deve contemplar a descrição dos objetivos e da estratégia de marketing. Os objetivos caracterizam os alvos de mercado determinando perfil e quantidades de turistas e tempo de permanência (curta, média e longa duração), enquanto a estratégia é formulada conforme os objetivos definidos, com abordagem eficaz para se alcançar os objetivos levando em conta os seguintes fatores:

- a) a imagem a ser transmitida da oferta turística;
- b) os obstáculos a serem superados;
- c) os esforços de marketing necessários para determinados atrativos ou instalações;

- d) as técnicas promocionais a serem empregadas, inclusive o tipo de mídia ideal;
- e) a programação dos esforços promocionais.

Considerando que o deslocamento do turista ocorre para vivenciar sua experiência, ao invés da oferta se deslocar, é necessário escolher canais de qualidade e apropriados de distribuição (KARASSAWA, 2003). De acordo com Rose (2002), a empresa pode optar por vender direto ao turista, vender a intermediários ou para ambos.

Vale ressaltar que as técnicas de promoção do setor turístico são voltadas à distribuição da oferta turística através de divulgação de material impresso a agentes, operadores de viagens e diretamente ao próprio turista. Há que se considerar, também, a disponibilidade e alcance da informação através da *Internet*.

A motivação turística deve ser considerada no processo da produção turística. Observa-se que os fatores motivacionais e suas necessidades correspondentes agem entre si gerando uma infinidade de conjunto de motivações. Por exemplo, o turista pode viajar em busca de relaxamento e nostalgia, entre outros.

Há que se lembrar que o turismo tem uma imagem construída muito simplificada, sendo entendida como sinônimo apenas de lazer e recreação. Esta subestimação é tratada por Melgar (2001) como o grau de maturidade turística. Para transformar esta realidade é necessário que haja educação para o turismo, pois este tipo de ação pode levar à integração e envolvimento da comunidade local no processo de produção da oferta turística. Com isso, a própria comunidade constrói seu referencial de turismo local, fortalecendo sua identidade cultural como elemento, inclusive, da oferta turística para o turismo receptivo.

Segundo Dias e Cassar (2005), no processo de aquisição de um produto turístico deve-se analisar o comportamento do turista como um segmento de turistas que buscam participar da experiência do turismo e sendo influenciados por fatores internos e externos.

A motivação do turista aliada à promoção turística são responsáveis pela criação da expectativa do turista em realizar uma experiência turística. Segundo Hoffmann e Batson (2003), a comparação da expectativa do cliente com relação a determinado produto ou serviço influenciam em sua percepção de qualidade.

A paisagem turística e a imagem como recurso promocional são de grande relevância para a experiência turística no processo produtivo do turismo.

A paisagem é um recurso importante para o produto turístico. Seu objetivo é descrever-se incitando sua identificação e interpretação. Isto posto, tem-se a percepção da paisagem influenciada pela sua qualidade e homogeneidade, seja natural ou humanizada. Yázigi (2001) fala da paisagem como o contexto de fatores que cria a personalidade e a alma do lugar<sup>13</sup> capaz de mostrar a identidade<sup>14</sup> local que leva ao turista à percepção de autenticidade do atrativo, que segundo Wainberg (2003) é o fator de diferenciação do produto turístico.

Para discorrer sobre a aptidão paisagística do turismo busca-se a abordagem discutida por Silveira (2000). Segundo a autora, o turismo cria uma psicosfera, a partir da produção material e fetichização<sup>15</sup> dos lugares, moldada pela publicidade, modismo, cultura, estética, possibilidades técnicas e estratégias de mercado, onde a paisagem é valorizada. Assim, são ofertadas ao turista estruturas de balneários, recursos para exploração do turismo de aventura, estação de esqui com produção de neve artificial etc. Conforme Rodrigues (2000) como exemplo tem-se a transformação do meio rural a partir do ludismo<sup>16</sup> capaz de atrair a população urbana para a atividade turística em meio rural.

---

<sup>13</sup> É a arrumação que produz o singular, devendo ser trabalhado de acordo com seus sistemas. Desta forma, entende-se que o lugar tem personalidade, mas não é sujeito (YÁZIGI, 2001, p. 38).

<sup>14</sup> ...dar-lhe uma forma, legitimar a própria vida, porque é a forma que dá fundamento à existência (YÁZIGI, 2001, p. 46).

<sup>15</sup> Para entender o significado desejado pela autora em tal afirmação, buscou-se referência ao termo “Fetichismo” localizado no dicionário Aurélio (FERREIRA, 2003) que significa “Culto de fetiches”, e fetiches por sua vez tem significado de “objeto animado ou inanimado, feito pelo homem ou produzido pela natureza, ao qual se atribui um poder sobrenatural e se cultua”.

<sup>16</sup> Relativo à diversão (FERREIRA, 2003).

Segundo Wainberg (2003), é preciso observar o efeito dramático da manipulação do produto turístico, pois fustiga os sentidos, desperta a atenção e estimula a investigação.

Há que se considerar a necessidade da produção paisagística do turismo, uma vez que, relacionado às demais necessidades humanas, o turismo tem importância secundária ou até mesmo supérflua.

Portanto, a paisagem turística, envolvida durante o processo de promoção turística, desperta o interesse no turista através da imagem criada gerando a expectativa pela experiência turística. Por ser uma linguagem visual, a imagem alcança direta e mais rapidamente seus objetivos. Conforme Santos (1998), a imagem é ferramenta importante para a transmissão de pensamento na percepção visual. Isto posto, a promoção do turismo utiliza-se da percepção ambiental mostrando seu vínculo com a natureza.

Ainda neste contexto, Bruhns (1998) menciona que a produção de imagens impulsiona o consumo do turismo, transformando a natureza em matéria de ficção e apelo, capaz de conduzir à uma imaginação acentuada. Já para Wainberg (2003) a imagem é capaz de aumentar a sensação de segurança e diminuir a ambigüidade e ameaça do estranho que, segundo o autor, constitui a tensão turística quando do contato comunidade e turista.

Desta forma, Dias e Cassar (2005) falam que construir uma imagem é desenvolver a percepção do turista favorável ao consumo do produto turístico, a partir de posicionamento<sup>17</sup> de mercado. Ao longo do tempo, a imagem turística passa a ser uma vantagem competitiva para a oferta turística.

A OMT (2003), em seu Guia de Desenvolvimento do Turismo Sustentável, fala da imagem da localidade turística que deve ser transmitida de forma apropriada e o mais próxima da realidade, evitando, assim, que o turista seja desapontado havendo uma quebra da expectativa criada causando uma má impressão.

---

<sup>17</sup> É criar no consumidor o conceito único e favorável em relação a um produto ou serviço (DIAS e CASSAR, 2005, p.149)

Hoffmann e Batson (2003) relatam que a percepção de qualidade de um produto ou serviço, com o qual o cliente não teve experiência anterior, acontece com base nas suas expectativas. Ainda neste contexto, os autores dizem que a avaliação de qualidade do produto ou serviço permite a empresa alcançar sucesso frente aos concorrentes. Assim, a qualidade torna-se um diferencial competitivo e posicionamento de mercado. Entendendo-se, portanto, por percepção de qualidade o atendimento das expectativas do turista, criadas a partir de suas necessidades e desejos, após sua experiência.

O meio ambiente constitui matéria-prima do turismo (RUSCHAMANN, 1999) utilizado no seu processo produtivo através da imagem capaz de gerar a percepção da paisagem que pode influenciar na qualidade da oferta.

## 2.4 ECOLOGIA, MEIO AMBIENTE E PRODUÇÃO SUSTENTÁVEL DO TURISMO

Entretanto, como mencionado anteriormente, são constantes e contínuas agressões à natureza em nome do progresso humano que desafiam a sustentabilidade sócio-econômica e ambiental das atividades humanas.

Portanto, para um melhor entendimento desta temática se faz necessário uma abordagem da ecologia, meio ambiente e produção sustentável.

### 2.4.1 Ecologia e Meio Ambiente

Ecologia é definida como "a ciência que estuda a relação ambiental, as relações que existem entre os seres vivos e entre estes e o seu meio ambiente..." (COELHO, 1992, p.14).

Meio ambiente é compreendido como "o conjunto de elementos e fatores físicos, químicos e biológicos, naturais ou artificiais, necessários à sobrevivência das espécies" (COELHO, 1992, p. 274).

O meio ambiente, no sentido amplo, pode ser definido como o conjunto dos aspectos econômicos, sociais, políticos e ecológicos que afetam as condições de vida. No sentido estrito, pode ser entendido como a totalidade das condições externas que afetam uma comunidade de organismos (biocenose) em seu habitat (MARTINS JÚNIOR, 2005, p. 17).

Segundo Casassola (2003) o meio ambiente consta de 3 subconjuntos: a) ambiente natural que se refere ao conjunto dos ecossistemas naturais, cujos recursos são utilizados tal e qual existem na natureza; b) ambientes transformados que incluem aqueles os criados ou modificados pelo homem para a realização de atividades, por exemplo, a agricultura; c) ambiente sócio-cultural constitui toda a gama de crenças, valores, sistemas de vida, ou seja, a cultura no seu sentido mais amplo.

A ação do homem pode interferir diretamente no meio ambiente. Para Martins Júnior (2005) as ações antrópicas devem se basear no não comprometimento da capacidade de suporte do ambiente, uma vez que o meio ambiente é essencial para a saúde e qualidade de vida do planeta. Desta forma, torna-se necessário planejar cuidadosamente sua utilização nas atividades humanas, inclusive nas atividades turísticas.

Uma das formas de interferência humana sobre o meio ambiente, inclusive na atividade turística, advém do consumo de energia, cujas fontes são fornecidas pela natureza. Estas são, muitas vezes, finitas ou recicláveis e estão associadas à capacidade de suporte da natureza ameaçada pelas crescentes demandas humanas (MARTINS JÚNIOR 2005), por exemplo, pelo fogo, máquinas a vapor, combustão, carvão vegetal, geradores elétricos e nucleares.

Para Molina (2001) produção e poluição são indissociáveis. Neste contexto, exige-se o re-direcionamento das relações entre o homem e o meio ambiente, inclusive na prática da atividade turística. Essa mudança deve ocorrer tanto nos padrões de produção e consumo, o que demanda planejamento minucioso das atividades humanas

Para se evitar os impactos negativos, é indispensável adotar um conjunto de ações educativas voltadas à sensibilização ambiental capaz de promover mudanças de comportamento da sociedade no que diz respeito às atividades humanas que afetam o meio ambiente, buscando a mitigação destes impactos.

Isto pode ser feito a partir da gestão ambiental nos processos de produção e da educação ambiental nos processos de consumo.

O histórico ambiental é assunto abordado por muitos autores. Entretanto, aqui serão consideradas as abordagens de Valle (2000), Baptista e Oliveira (2002), Andrade (2005) e Martins Junior (2005).

A degradação ambiental vem acontecendo há tempos, mas apenas na segunda metade do século XX que um grupo de cientistas, utilizando-se de métodos matemáticos, preveniu os riscos de um crescimento econômico contínuo, baseado em recursos naturais esgotáveis.

Já na década de 1960 surgiram os primeiros movimentos ambientalistas contra a contaminação das águas e ar por países capitalistas. A partir de então já havia consciência de que resíduos descartados incorretamente poderiam contaminar o solo, a água e os alimentos causando distúrbios e até morte de pessoas, plantas e animais.

O compromisso do Brasil com a preservação da natureza e com a adoção efetiva de uma política de desenvolvimento a partir da sustentabilidade teve início com a Conferência de Estocolmo. Em 1973 o governo brasileiro instituiu a Secretaria do Meio Ambiente - SEMA, com a função exclusiva de zelar pela conservação do Meio Ambiente e atuar na correção das agressões ambientais existentes, além de elaborar normas e padrões compatíveis com a preservação ambiental, mas, somente a partir de 1975, as primeiras leis ambientais foram instituídas.

Na década de 1980, as ações eram defensivas, utilizando-se apenas de soluções corretivas. Somente na década de 1990, surge a preocupação com o uso racional de matérias-primas escassas e não renováveis, racionamento de energia e reciclagem, fortalecendo a expressão Qualidade Ambiental.

Em 1992, de 1º a 12 de junho, foi realizada a Convenção sobre a Diversidade Biológica, na cidade do Rio de Janeiro, no Brasil. Com a participação de 156 estados e pela Comunidade Européia. A Convenção, também chamada de Rio 92 ou ECO 92, estabeleceu uma ampla estrutura para a conservação da diversidade biológica, o uso sustentável de seus componentes e a divisão eqüitativa e justa dos benefícios decorrentes do uso de recursos genéticos. Vários temas ambientais globais foram discutidos e a partir de então, foram introduzidos novos conceitos como: Certificação Ambiental, Atuação Responsável e Gestão Ambiental.

Diante deste histórico constata-se que, apesar da questão ambiental ter se tornado relevante à humanidade nas últimas décadas do século XX, as tendências de acelerada degradação mostram-se preocupantes.

Para que haja o re-direcionamento do relacionamento do homem com o meio ambiente é indiscutível a necessidade do estabelecimento de uma nova ética ambiental, justificada pelo contexto atual dos negócios e pelas conseqüências geradas.

O Estado de Goiás com vocação para o agronegócio, atividade que requer grande exploração ambiental deve ter uma preocupação maior com o uso racional de seus recursos naturais. Estudos realizados pela EMBRAPA (2004) apontam como tendência que o cultivo da soja se mantenha exclusivamente em grandes propriedades agrícolas da região Centro Oeste do Brasil e que os 90 milhões de terras virgens que ainda existem no cerrado brasileiro tendem a ser incorporados no processo produtivo da soja. Convém ressaltar, portanto, que com o aumento da produtividade de grãos no Cerrado brasileiro, ocorre a expansão de áreas



produzidas, provocando o uso intensivo do solo que, num período de 4 décadas, o bioma foi reduzido a 41%. Do total das áreas destruídas 69% se transformaram em pastagem artificial para a pecuária, enquanto 15% são utilizadas na produção agrícola de soja e outras culturas. Enquanto áreas remanescentes do cerrado continuam a ser impactadas pela atividade agropecuária atual e nas primeiras décadas do século XXI devem desaparecer.

Diante deste cenário constata-se a iminência de medidas ambientais corretivas e preventivas de modo a mitigar os impactos causados ao Cerrado brasileiro, sobretudo frente a sua vocação econômica voltada para o agronegócio. O turismo rural desenvolvido dentro dos seus princípios é uma alternativa para o desenvolvimento sustentável local que pode mudar esta realidade de degradação do bioma Cerrado.

#### 2.4.2 Desenvolvimento Sustentável

Segundo a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da ONU (1988), as preocupações econômicas e ecológicas se opõem ao mesmo tempo em que se constata que os problemas com o meio ambiente e com o desenvolvimento são resultados da fragmentação da responsabilidade setorial. O alcance da sustentabilidade requer responsabilidades assumidas pelos diversos setores da sociedade, mas, para isso, são necessárias mudanças em busca do interesse comum que partam da idéia de que o meio ambiente deve ser adequado à saúde e ao bem-estar de todas as pessoas como das gerações futuras.

A sustentabilidade deve ser entendida no seu conceito mais amplo e não somente na imobilização do meio ambiente. Para que exista justiça social é necessário desenvolver planos de desenvolvimento multisetoriais, envolvendo crescimento econômico voltado às necessidades básicas das populações humanas envolvidas, levando em conta suas subsistência, cultura, espaço territorial, recursos existentes, sobretudo aliados a um planejamento regional.

Segundo Penna (1999), esses obstáculos não são representados apenas pela "esgotabilidade das reservas minerais e a utilização dos recursos renováveis", mas também pela "disposição das enormes quantidades de rejeitos (sólidos, líquidos e gasosos) gerados

pelas sociedades de consumo". Mesmo com todas as reuniões ambientais e programas educacionais, as pessoas ainda não têm compreensão plena do percurso dos materiais, desde a sua extração até o despejo final.

Para Donaire (1995), o crescimento da consciência ecológica passa a incorporar as estratégias das empresas da iniciativa privada. Segundo o autor, esta tendência se dá devido ao conceito de desenvolvimento sustentado e suas três vertentes principais: crescimento econômico, equidade social e equilíbrio ecológico que induzem a criação de um espírito de responsabilidade orientado ao progresso e ao equilíbrio da natureza.

Desta forma, a sustentabilidade deve ser entendida no seu sentido mais amplo e não somente na imobilização do meio ambiente. Para que exista justiça social é necessário desenvolver planos multissetoriais, envolvendo crescimento econômico voltado às necessidades básicas das populações envolvidas, levando em conta sua subsistência, cultura, espaço territorial, recursos existentes, sobretudo aliados a um planejamento regional.

A atividade turística planejada visa o desenvolvimento do turismo sustentável, ou seja, seu objetivo é atender através do turismo as necessidades dos turistas, da comunidade local, sobretudo conservando o patrimônio histórico-cultural e ambiental da localidade.

Portanto, entende-se que o turismo se beneficia de especificidades, uma vez que o turista desloca-se do seu local de origem em busca do novo, do inusitado, da aventura, de um "lugar", caracterizado pela sua identidade cultural, desenvolvendo um processo exploratório de recursos naturais e culturais que envolvem a dinâmica do sistema turístico.

## 2.5 SISTEMA TURÍSTICO (SISTUR)

Sistema pode ser entendido como:

...um conjunto de partes que interagem de modo a atingir um determinado fim, de acordo com um plano ou princípio; ou conjunto de procedimentos, doutrinas, idéias, logicamente ordenados e coesos com intenção de descrever, explicar ou dirigir o funcionamento de um todo. (BENI, 2001, p. 24).

Segundo Beni (2001) um sistema contempla:

- a) Meio ambiente - são todos os aspectos que não compõem diretamente o sistema, porém exercem influências sobre a operação do mesmo;
- b) Unidades ou elementos - são as partes que compõem o sistema;

- c) Relações - são as inter-relações entre os elementos através de ligações que denunciam os fluxos;
- d) Atributos - qualidades atribuídas aos elementos ou ao sistema, a fim de caracterizá-lo;
- e) Entrada (*input*) - tudo aquilo que o sistema recebe;
- f) Saída - (*output*) - produto final dos processos de transformação a que se submete o conteúdo da entrada;
- g) Realimentação (*feedback*) - processo de controle para manter o sistema em equilíbrio;
- h) Modelo - é a representação do sistema através da abstração para facilitar o projeto e/ou análise do sistema. Tem por objetivo básico facilitar o estudo do sistema, possibilitando uma maior abrangência e ao mesmo tempo permitindo a análise de causa e efeito entre seus elementos.

Em busca de um turismo com menos impacto, ou seja, de um novo processo produtivo sustentável para o turismo, autores passaram a abordá-lo de forma sistêmica. Desta forma, o SISTUR é composto por três conjuntos (BENI, 2001):

- a) Ações operacionais - envolve a dinâmica de atuação das organizações que compõem o SISTUR. Neste estão inseridos os subsistemas de mercado, oferta, produção, distribuição, demanda e consumo.
- b) Organização estrutural – são as políticas públicas e privadas relacionadas ao funcionamento do turismo e a infra-estrutura geral (utilizada por outros setores da economia) e específica (que atende exclusivamente as necessidades do SISTUR).
- c) Relações ambientais – que são as conseqüências ecológicas, sociais, culturais e econômicas do turismo.

Portanto o SISTUR é um sistema aberto em constante interação com o ambiente externo e interno, é interdependente e nunca auto-suficiente. Cada um de seus subsistemas apresenta funções próprias e específicas, com características individualizadas. Suas estruturas e funções não são estáticas, mantendo um processo contínuo de conflito e colaboração com o meio ambiente (BENI, 2001).

O equilíbrio entre estes grupos possibilitará um turismo mais humano, atendendo as necessidades das comunidades receptoras dos turistas e do setor produtivo, nesta ordem.

Desta forma, o SISTUR deve ser considerado em sua complexa totalidade, exigindo planejamento integrado. Isto indica que todos os seus componentes devem estar devidamente sincronizados e ajustados de forma seqüencial, a fim de produzir o alcance de metas e diretrizes da área de atuação de cada um dos componentes a um só tempo, para que o sistema global possa ser implementado e ofertar oportunidades.

Na década de 1970 foi criada no Brasil a primeira estrutura federal de planejamento e gestão do Turismo no país composta pelo Instituto Brasileiro de Turismo - EMBRATUR, Conselho Nacional do Turismo - CNTur, Política Nacional de Turismo<sup>18</sup> e Sistema Nacional de Turismo.

Neste período a oferta turística era de qualidade questionável não havendo estudo da localização e de viabilidade econômico-financeira, falta de capacitação da mão-obra local e uma nítida exclusão da comunidade do processo produtivo do turismo.

Na década de 1980 é instituída a Política Nacional do Meio Ambiente que passa a influenciar nos processos produtivos do turismo, uma vez que sua principal matéria-prima é o meio ambiente.

---

<sup>18</sup> É um curso de ação calculado para alcançar objetivos, ou seja, direções gerais para o planejamento e a gestão do turismo baseadas em necessidades identificadas dentro das restrições de mercado e de recursos. São, portanto, orientações específicas para a gestão diária do turismo, abrangendo os aspectos operacionais da atividade.

A década de 1990 foi um período marcado por ações empreendedoras e pela interiorização da atividade turística, quando houve a criação do Plano Nacional de Municipalização do Turismo - PNMT com o objetivo de melhorar o produto turístico através do envolvimento das comunidades locais, a partir da estratégia de descentralização do planejamento do turismo no Brasil.

Em janeiro de 2003, com a criação do Ministério do Turismo, a EMBRATUR passou a cuidar exclusivamente da promoção do Brasil no exterior, ficando a gestão do turismo a cargo da Secretaria Nacional de Políticas do Turismo e da Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo.

Beni (2006) critica o alcance das políticas, estratégias e diretrizes voltadas para o turismo com desenvolvimento apenas de roteiros e não de planos ou programas de “regionalização” do turismo, além disso, a ausência de planos diretores que apoiem o desenvolvimento local do turismo.

## 2.6 IMPACTOS DO TURISMO

Segundo Padilla (1992), o turismo cria inter-relações sociais, pois o ser humano é um ser social, produto de tais relações e seu contato com outros grupos e indivíduos acarreta a troca de experiências e o conhecimento de novas culturas, beneficiando ambos, turista e prestador de serviços.

Dessa forma, o turismo gera impactos sociais e culturais, tanto para a comunidade quanto para o turista. Estes podem ser positivos ou negativos, podendo provocar, inclusive, a transformação de valores, aculturação<sup>19</sup> e a mercantilização do local.

---

<sup>19</sup> Conjunto de fenômenos provenientes do contato direto e contínuo de grupos de indivíduos representantes de culturas diferentes (FERREIRA, 2003).

A comunidade local precisa estar envolvida no processo produtivo do turismo, pois uma vez preparada para seu papel de comunidade receptora, os impactos sócio-culturais do turismo poderão ser minimizados, beneficiando comunidade e turista.

A OMT (2003) fala dos impactos produzidos pelo turismo como mais uma atividade humana que impacta sócio-econômico e ambientalmente comunidades locais, mas que devido a possibilidade da sua exploração bem planejada e gerenciada focando a maximização dos seus benefícios e a minimização dos problemas causados deve ser considerada sua importância para a comunidade de forma positiva.

Corroborando a Zimmermann (1996) a OMT (2003) descreveu os benefícios econômicos e a melhoria no padrão de vida gerados pela atividade turística no Guia de Desenvolvimento do Turismo Sustentável:

- a) geração de renda e empregos
- b) estímulo ao empresariado local com empreendimentos turísticos e capacitação para o turismo;
- c) geração de impostos locais que podem ser revertidos em melhoria da infraestrutura local e serviços públicos para a comunidade;
- d) melhoria da infraestrutura financiada;
- e) conservação do patrimônio cultural local e conservação do patrimônio arquitetônico e instalações de museus, teatros etc;
- f) renovação do orgulho da comunidade com relação à sua cultura a partir do interesse dos turistas;
- g) intercâmbio entre as culturas do turista e da comunidade local.

No quadro 4 são apresentados impactos causados pela atividade turística compilados de vários autores.

Quadro 4 - Fatores sócio-culturais e econômicos que impactam a comunidade local e o turista

CAUSA	CONSEQÜÊNCIA	IMPACTO	
		POSITIVO	NEGATIVO
Contato (direto ou indireto)	- Influência no modo de agir, vestir e falar.	Não	Sim
	- Intercâmbio cultural.	Sim	Não
	- Padronização das tradições sócio-culturais o que leva a descaracterização da tradição local	Não	Sim
	- Descaso e desvalorização da cultura local por parte do turista que causa mudanças da cultura local e nos hábitos sociais e familiares	Não	Sim
Criação de emprego	- Geração de renda local e capacitação	Sim	Não
	- Importação de mão-de-obra por falta de qualificação da comunidade local no atendimento do turismo	Não	Sim
	- Inversão do papel social familiar - Mulher empregada gerando conflito e tensão familiar	Não	Sim
Criação de espaços para diversão e lazer	- Oportunidade de lazer local	Sim	Não
	- Exclusão de parte da comunidade sem condições financeiras ou culturais	Não	Sim
Desinteresse dos agentes do turismo em envolver a comunidade	- Isolamento da comunidade	Não	Sim
Investimentos em infraestrutura e serviços públicos	- Serviços de saúde com instalação de postos médicos	Sim	Sim
	- Serviço de segurança com policiamento reforçado	Sim	Sim
	- Melhoria na educação	Sim	Sim
	- Ampliação da rede elétrica	Sim	Sim
	- Ampliação da rede telefônica	Sim	Sim
	- Melhoria de acesso	Sim	Sim
	- Melhoria no transporte coletivo	Sim	Sim
	- Melhoria na coleta de lixo	Sim	Sim
	- Melhoria no abastecimento de água e na coleta de esgoto	Sim	Sim
	- Melhoria e ampliação nos serviços bancários	Sim	Sim
Aumento demográfico	- Aumento da violência	Não	Sim
	- Especulação imobiliária	Não	Sim
	- Congestionamento do trânsito	Não	Sim

Fonte: Adaptado de vários autores: Bolson (2005), Oliveira (2005), Rose (2002)

Com relação aos impactos negativos, segundo Wainberg (2003), a tensão turística, causada pelo estranhamento das diferenças, gera desconforto e intolerância entre a comunidade local e o turista, o que pode levar à inviabilização da atividade turística.

Na causa do contato direto ou indireto tem-se impactos ao mesmo tempo positivos e negativos. O primeiro traz como consequência o intercâmbio cultural, ou seja, incita as trocas ocorridas nas relações culturais quando o turista satisfaz sua necessidade e desejo de conhecer outras culturas, enquanto a comunidade, envolvida e educada para o turismo, percebe que esta diferença cultural deve ser compreendida como um benefício para o desenvolvimento local, mas principalmente a necessidade de preservar sua identidade cultural que compõe o patrimônio turístico. Como impactos negativos, muitas vezes tem-se como consequência a influência do comportamento do turista no modo de agir, vestir e até mesmo falar da comunidade local, quando esta se encontra despreparada para esta interação. Ainda, o desenvolvimento atual do turismo gera impactos negativos com a padronização das tradições locais como um produto a ser comercializado ao turista, muitas vezes descaracterizado perdendo a autenticidade do atrativo e frustrando a expectativa do turista. Por outro lado, são também observados impactos positivos, permitindo a propagação dos costumes e tradições, podendo gerar renda para a comunidade envolvida no processo, além de incentivar na manutenção da cultura local e na consciência da existência de uma identidade cultural local. O descaso e desvalorização da cultura local por parte do “mau turista”, também pode causar mudanças da cultura local e nos hábitos sociais e familiares da comunidade local.

Quanto à criação de empregos, os impactos positivos estão na geração de renda local quando a comunidade local é envolvida no processo produtivo do turismo. Contudo, os impactos negativos, consequência principalmente do despreparo da comunidade local envolvida ou não no processo produtivo do turismo, suscitam a importação de mão-de-obra especializada de outras localidades. Este grave problema social é nitidamente apontado numa pesquisa de Oliveira (2005) junto à comunidade local da cidade de Búzios, litoral do Estado do Rio de Janeiro que, pelo seu alto custo de vida, obriga esta mão-de-obra importada a se instalar nas periferias da cidade. Sem estrutura para atender as necessidades básicas deste



saldo de população, esta destinação turística ainda enfrenta a sazonalidade da demanda que apresenta elasticidade entre alta e baixa temporada, característica básica dos serviços e produtos turísticos. Como impacto negativo ainda existe a inversão do papel social familiar, já que a maioria dos empregos gerados no turismo são destinados à mulher. Conforme abordado por Bolson (2005), uma vez esta operária altera a estrutura familiar gerando conflito e tensão no lar, no entanto esta problemática é muito complexa e merece uma discussão mais elaborada, o que não é a intenção deste trabalho. Segundo Sousa (1998), a educação é a base para qualificar os destinos turísticos, pois a comunidade informada valoriza seus recursos e identidade a partir de uma consciência crítica. Torna-se, portanto, indispensável a educação da comunidade, o que estimula seu envolvimento, facilita a identificação dos problemas e necessidades sociais e ainda, proporciona a melhoria de sua qualidade de vida social e econômica. De uma forma mais ampla, a educação da comunidade reflete na minimização de impactos sócio-econômicos e ambientais, possibilitando uma experiência ao turista capaz de incitar sua percepção de qualidade do turismo local.

Relativo à criação de espaços para diversão e lazer, tem-se como consequência positiva a oportunidade de lazer local que atende a comunidade. Ao contrário, não é isto que tem acontecido com os equipamentos de lazer e turismo local, uma vez que a comunidade não tem condições financeiras para frequentar os empreendimentos turísticos e gera sua exclusão social no processo de consumo do turismo, pois, na maior parte das vezes, sequer é considerada pelo *trade* turístico a hipótese de atender a necessidade de lazer e entretenimento da comunidade local.

O turismo traz, ainda, como consequência o isolamento da comunidade do processo produtivo da atividade, isto como causa do desinteresse dos agentes do turismo em envolvê-la. Desta forma, percebe-se uma exploração irracional do turismo, muito longe de chegar à promoção do turismo sustentável. Fica muito claro que, o *trade* turístico vislumbra

apenas o lucro da sua atividade a partir da exploração do patrimônio turístico formado por atrativos naturais e culturais da localidade. Isto acontece principalmente com roteiros curtos onde um grupo de turistas é levado a um destino turístico para uma visita rápida, contudo sem trazer nenhum benefício à comunidade receptora, que oferece, muitas vezes, serviços turísticos de hospedagem, alimentação e comercialização de produtos artesanais. É evidente, portanto, a falta de planejamento da atividade turística, apontando para a urgência de desenvolvimento de um turismo planejado e voltado para a sustentabilidade que atenda às necessidades sócio-econômica e ambiental local.

O turismo pode trazer conseqüências positivas com relação à melhoria da infraestrutura básica local e dos serviços públicos. Na infra-estrutura básica o turismo impulsiona a melhoria de acesso, ampliação no fornecimento de serviços de distribuição de água, energia, telefone, ampliação na coleta de esgoto e lixo melhorando a qualidade de vida da comunidade local. No entanto, o que se observa em várias destinações turísticas é a preocupante ausência ou precariedade de atendimento da infra-estrutura básica que, em períodos de alta temporada, leva-as ao caos generalizado na prestação de serviços públicos à população. Isto afeta em grande proporção à qualidade da oferta turística, frustrando a expectativa criada no turista no momento de sua decisão de compra, o que o leva à percepção de baixa qualidade da oferta turística e insatisfação das suas necessidade e desejo por um turismo de qualidade, sem contar é claro com a baixa qualidade de vida da comunidade local causada pela superlotação do destino turístico e a ausência de infra estrutura básica para seu atendimento. Rodrigues (2005) discute a implementação da infra estrutura básica de uma destinação turística através de estratégias traçadas no Plano Diretor do município, o que promove a valorização da comunidade local e proporciona uma estada agradável ao turista.

Com relação aos serviços públicos, o turismo incita investimentos que podem sobremaneira beneficiar a comunidade local, como: serviços bancários, transportes, acesso,

saúde, educação, segurança etc. Contudo, o não atendimento destes serviços públicos pela ausência de ações de melhoria e ampliação também impactam negativamente na qualidade da oferta turística, tanto na satisfação do turista como na qualidade de vida da comunidade local.

O aumento demográfico durante os períodos de alta temporada tem como consequência o aumento da violência, especulação imobiliária e congestionamento do trânsito. O aumento da violência deve-se ao aumento da circulação de moeda no destino turístico em período de alta temporada que atrai pessoas de má índole, mas este problema deveria ser contido por ações de segurança pública. A especulação imobiliária ocorre em busca de lucro, com o uso desenfreado do solo a partir da expansão imobiliária, com loteamentos, verticalização de imóveis, exploração de imóveis para locação e crescimento da utilização de residências secundárias. Este último caracteriza o turismo residencial, ou seja, são alojamentos turísticos particulares, muitas vezes de pessoas que não têm residência fixa no destino turístico. Os impactos desta tipologia de turismo é discutida por Starling (2005) apontando como problema maior a ausência de um planejamento urbano das destinações turísticas que não regulam o uso do solo.

Sob o ponto de vista da OMT (2003) existem algumas abordagens a serem adotadas na maximização de impactos positivos e minimização de impactos negativos, como:

- a) manter a autenticidade da dança, música, de peças dramáticas (manifestações folclóricas), das artes, do artesanato local com treinamento e programas de controle de qualidade;
- b) assegurar acesso aos atrativos e equipamentos de entretenimento à comunidade local, com preços razoáveis, mesmo que em dias específicos, acesso livre a estudantes, jovens e idosos;
- c) organizar a utilização do turista controlando a capacidade de carga do atrativo;

- d) oferecer hospedagens e instalações recreativas econômicas ou subsidiadas se a renda local for baixa;
- e) envolver e educar a comunidade com relação ao turismo e ao turista com relação aos costumes locais e bom comportamento;
- f) projetar instalações turísticas que reflitam os estilos arquitetônicos do local;
- g) desenvolver ações de marketing seletivo capaz de atrair o turista bom, que busca conhecer a destinação respeitando e conservando o patrimônio turístico (natural e cultural);
- h) controlar problemas sociais de modo a evitar tráfico e uso de drogas, crime, violências, prostituição, prostituição infantil etc;
- i) controlar o comércio ambulante para que o turista não seja incomodado, incentivando sua boa prática, inclusive no tocante a produtos artesanais.

No contexto geral, as destinações turísticas no Brasil tiveram o desenvolvimento da atividade de forma espontânea. Isso se deve tanto pelo fracasso e mau direcionamento dos planos de desenvolvimento do turismo no país, quanto pela falta de informação dos gestores destas localidades que desconhecem o processo de produção e consumo ideal do turismo.

Há que se considerar a importância da atividade turística para o desenvolvimento local, principalmente pelo seu efeito multiplicador, o qual incentiva a expansão de atividades da cadeia produtiva de outros setores, movimentando significativamente a economia local. Incitado pelo posicionamento da OMT (2003), estabelece-se a necessidade de se definir um novo padrão de produção e consumo turísticos.

Outrossim, constata-se a relevância bem como a importância da realização do planejamento da atividade turística voltada ao desenvolvimento sustentável, focando as mais variadas necessidades da comunidade local, visando essencialmente mitigar impactos sócio-

culturais, econômicos e ambientais. Todavia, é indispensável o envolvimento total e irrestrito da comunidade local no processo produtivo do turismo.

Desta forma, as tensões entre turista e comunidade local poderão ser minimizadas, trazendo benefício para ambos, ou seja, as necessidades e desejos de consumo turístico poderão ser satisfeitos, enquanto a comunidade local poderá ter suas necessidades sócio-culturais, econômicas e ambientais atendidas de forma sustentável.

### 3 METODOLOGIA DA PESQUISA

As técnicas reunidas para protagonizar o método adotado no desenvolvimento deste trabalho segundo as bases lógicas da investigação foi o dialético, comumente utilizada na pesquisa qualitativa, o qual permite uma “interpretação dinâmica e totalizante da realidade dentro do contexto social, político, econômico” (Diehl e Tatim, 2004, p. 50). De acordo com a abordagem do problema, este estudo tem como estratégia a pesquisa qualitativa, que possibilita a descrição de determinado problema e sua interação com diversas variáveis, construindo a teoria a partir da análise de dados empíricos. Segundo seu objetivo geral, esta pesquisa tem caráter exploratório e descritivo, realizadas para observar, levantar, registrar, analisar e correlacionar os fenômenos investigados e suas variáveis. Relativo ao seu propósito, este trabalho compreende a pesquisa aplicada que trabalha na solução de problemas específicos encontrados no estudo realizado.

Segundo Dencker (2004), a tipologia de pesquisa utilizada no turismo é multidisciplinar, uma vez que este não é uma ciência social entendida como um corpo de doutrina metodologicamente ordenado. Entretanto, seus resultados são utilizados de forma aplicada.

Para atingir aos objetivos propostos esta pesquisa teve dois momentos:

- a) No primeiro momento, foi realizada pesquisa com caráter exploratório que permitiu o levantamento das informações sobre a atividade turística desenvolvida em duas propriedades rurais no entorno da Cidade de Goiás, Estado de Goiás, inseridas no cadastro do SEBRAE-GO;
- b) Posteriormente, buscou-se estabelecer análise crítica e comparativa entre as propriedades estudadas.

### 3.1 UNIVERSO E AMOSTRA

Para definição do universo a ser trabalhado nesta pesquisa, no primeiro momento foi realizado um estudo exploratório junto ao Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE para delimitar as propriedades que exploram o turismo rural no entorno da Cidade de Goiás.

Esta pesquisa corresponde às propriedades rurais cadastradas pelo SEBRAE-GO na exploração do turismo em área rural no entorno da Cidade de Goiás, Estado de Goiás, listadas abaixo:

- a) Hotel Fazenda Manduzanzan, município de Goiás (GO);
- b) Fazenda Quinta Pousada Ecológica, distrito de Mossâmedes (GO);
- c) Fazenda Portal da Serra, município de Goiás (GO).

Esta última encontra-se fechada com a informação de que será reaberta com nova direção, portanto não foi possível inventariá-la.

### 3.2 COLETA DOS DADOS

#### 3.2.1 Estudo Exploratório

Foi realizado um estudo exploratório a partir de uma visita preliminar informal nas propriedades Hotel Fazenda Manduzanzan e Fazenda Quinta Pousada Ecológica, nos dias 2 e 3 de Julho de 2005, para avaliar a pertinência desta proposta de estudo.

#### 3.2.2 Levantamento das Informações

A coleta de dados permite entender como as informações que subsidiam a pesquisa de campo foram obtidas (VERGARA, 1998).

O levantamento das informações foi obtido por meio de fontes primárias e secundárias.

Relativo às fontes primárias, as técnicas utilizadas foram (Diehl e Tatim, 2004):

- a) Entrevista despadronizada ou não estruturada que dá liberdade de direcionamento ao pesquisador – realizada com proprietários das fazendas e funcionários (apêndice 2 e 3);
- b) Entrevista padronizada ou estruturada– realizada com turistas hospedados nas fazendas, por meio de questionários com perguntas fechadas, dicotômicas e de múltipla escolha (apêndice 4);
- c) Observação em campo realizada pelo pesquisador, com o apoio e um formulário de inventário (apêndice 1).

O método de coleta de dados realizado na entrevista com os turistas foi por levantamento, com abordagem ou interceptação (MCDANIEL e GATES, 2004).

Por fim, no que tange ao levantamento de dados secundários foram utilizadas as seguintes técnicas: consultas a livros, artigos, teses, dissertações e *sites* da *Internet*.

As entrevistas realizadas com os proprietários e funcionários dos empreendimentos turísticos, buscou identificar como ocorreu a idealização e implantação do turismo rural nas propriedades e como se dá a sua gestão nos aspectos econômicos, sociais e ambientais.

Também foram realizadas entrevistas com os turistas que se hospedaram nas duas propriedades nos feriados da Semana Santa e do dia do trabalho, período de 13, 16/04 e 01/05/2006, visando identificar o hábito, o perfil e a motivação na escolha por hospedar-se em um empreendimento que oferta turismo em meio rural.



Os formulários de inventário turístico e os roteiros de questionário foram preparados pela pesquisadora a partir da adaptação de métodos propostos na literatura de Dencker (2004), Salles (2003), Stigliano e César (2005).

### 3.3 PLANO AMOSTRAL

Primeiramente determinou-se a população, estimada em 180 famílias no ano, levando em consideração os 9 feriados anuais, exceto o período de Natal e *Revellion*, que caracterizam alta temporada para os empreendimentos de turismo rural no entorno da Cidade de Goiás, bem como o número total de 20 quartos/chalés disponíveis, sendo 10 em cada propriedade.

Para as entrevistas com as proprietárias e funcionários dos empreendimentos foi considerada como amostra o universo da população, a saber: 1 proprietária e 5 funcionários para cada propriedade.

Para definição do número de turistas a serem entrevistados foi utilizado o processo de amostragem através de uma amostragem probabilística proporcional aleatória. Foi definida a amostra em 34 entrevistas, a partir da seguinte fórmula:

$$\text{Fórmula: } n = \frac{z \times p \times q}{e^2} \quad n = \frac{1,96 \times 0,5 \times 0,5}{(0,12)^2} = 34 \text{ (entrevistas)}$$

Sendo, portanto, admitidos os valores a seguir para uma população (N) de 180 famílias:

<b>p</b>	<b>q</b>	<b>e</b>	<b>z</b>
0,5	0,5	0,12	1,96

Onde:

$n$ = tamanho da amostra das populações finitas;

$z$ = desvio padrão normal;

$p$ = percentagem com a qual o fenômeno se verifica;

$q$ = percentagem com a qual o fenômeno não se verifica (complementar);

$e$ = desvio máximo do estimador médio em relação ao verdadeiro parâmetro (erro máximo permitido).

### 3.4 TRATAMENTO DE DADOS

No tratamento dos dados levantados, a partir do inventário turístico, foram realizados através de análise individual e análise comparativa da oferta turística dos empreendimentos pesquisados.

As entrevistas realizadas com proprietárias e funcionários das fazendas foram avaliadas separadamente com objetivo de estabelecer uma análise comparativa posterior entre as duas propriedades.

Para dar tratamento estatístico aos dados coletados nas entrevistas com turistas, analisados em conjunto, foi utilizado o programa SPSS<sup>20</sup>, e para legitimar ainda mais à análise dos dados e tipificar os números obtidos.

---

<sup>20</sup> O SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) é um programa estatístico para as ciências sociais.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Conforme proposta metodológica desta pesquisa, nesta parte serão apresentados resultados da pesquisa de observação e entrevista com as proprietárias das duas fazendas que desenvolvem a atividade turística e estão cadastradas no SEBRAE-GO, o Hotel Fazenda Manduzanzan e a Fazenda Quinta Pousada Ecológica. Posteriormente os resultados das entrevistas com os funcionários das propriedades, e será apresentada uma análise comparativa entre as duas fazendas. Finalmente, serão apresentados e discutidos os resultados das entrevistas com turistas.

### 4.1 RESULTADOS

#### 4.1.1 Inventário e entrevista com as proprietárias dos empreendimentos turísticos

Foi realizada pesquisa de campo, que segundo Lakatos e Marconi (2004) visa levantar dados sobre o problema estudado. Outrossim, a pesquisa semi-estruturada na técnica de observação mais adequada às pesquisas qualitativas é a não-estruturada ou assimétrica, que procura registrar os fenômenos como e na medida que ocorrem. A técnica de entrevista semi-estruturada, agregada ao processo de observação e auxilia no levantamento dos dados (DENCKER, 2004).

Referente ao formulário de apoio à observação, como se trata de pesquisa na área do turismo, denomina-se inventário turístico. Para isso, as técnicas de pesquisa qualitativas são mais usadas, com metodologias múltiplas, como: a observação (participante ou não), a entrevista em profundidade e análise de documentos.

Segundo Dencker (2004) o objetivo do inventário turístico é levantar a oferta turística de um município, área ou região, para elaborar diagnóstico e prognóstico.

A partir das informações coletadas e analisadas foi possível estabelecer um método comparativo entre a atividade turística desenvolvida nas propriedades investigadas com base na literatura.

Os resultados obtidos serão apresentados separadamente para cada empreendimento.

#### 4.1.1.1 Hotel Fazenda Manduzanzan

O Hotel Fazenda Manduzanzan é de propriedade da senhora Ana Caetano de Almeida Adorno e localiza-se na zona rural do município da Cidade de Goiás, distante cerca de 7 km do centro histórico da cidade.

A Fazenda Manduzanzan foi adquirida há 19 anos pela família da proprietária do hotel fazenda e abrange uma área de 69 hectares, enquanto o Hotel Fazenda Manduzanzan ocupa 20 hectares da área total da fazenda. Segundo a proprietária o nome “manduzanzan” dado à fazenda deve-se à área onde está implantado o Hotel Fazenda Manduzanzan, que fica compreendido entre os rios Mandu e o Zanzan.

Ao chegar à Cidade de Goiás, passa-se pelo centro histórico em direção à Igreja de Santa Bárbara, pegando à sua lateral direita uma estrada em direção ao Assentamento Mosquito. A estrada não pavimentada com cascalho em algumas partes, com condições de acesso boas durante o período das secas e ruins em época de chuvas. O paisagismo da estrada é bom com características do meio rural, enquanto a iluminação é natural, o que não favorece o percurso durante a noite. Na entrada do hotel fazenda existe um mata burro, que é uma forma antiga de barreira para animais, onde passam os automóveis.

Segundo informações obtidas junto à proprietária, o surgimento da atividade turística na fazenda foi motivado pela frequência de amigos e parentes, o que foi visto como uma oportunidade de negócio.

Para a implantação do turismo rural na fazenda foi realizado um projeto arquitetônico, mas não passou por inventário turístico, diagnóstico e prognóstico para o planejamento ideal da atividade turística. Desta forma, a fazenda não recebeu assessoria do SEBRAE-GO ou da AGETUR para a implantação do hotel fazenda.

Em 1988, houve a implantação de infra-estrutura para receber turistas e no ano de 2000 passou a funcionar comercialmente. Até este período a principal atividade da fazenda era a pecuária, hoje quase extinta.

A atividade turística desenvolvida no Hotel Fazenda Manduzanzan não se formata como turismo rural, pois este exige que as atividades agropecuárias mantenham-se produtivas e façam parte da oferta turística (ZIMERMANN, 1996; EMBRATUR, 2000), o que não acontece no hotel fazenda. Portanto, se trata da prática de turismo em meio rural.

O Hotel Fazenda Manduzanzan mantém a caracterização da paisagem rural (OMT, 2003) contando com a seguinte estrutura para o atendimento aos turistas: um restaurante com fogão à lenha e 10 apartamentos no estilo rústico, mas sofisticado, equipados com frigobar, TV com antena parabólica e ar condicionado.

O conjunto de infra-estrutura utilizado no alojamento de hóspedes do Manduzanzan é classificado como Hotel Fazenda<sup>21</sup>, cuja atividade principal é o turismo

O hotel fazenda também oferece algumas atividades de lazer como: mesa de jogos; campo pequeno de futebol; 2 piscinas com quiosque, bar e sauna. A manutenção dos equipamentos é periódica e realizada por funcionários do próprio hotel.

Entre as atividades em contato com a natureza ofertadas pelo Hotel Fazenda Manduzanzan, estão: a) trilha ecológica; b) trilha até a Pedra Preta (piscina natural e caverna); c) banho na Cachoeira Andorinhas e passeios a cavalo. As trilhas não têm cercas, corrimões

---

<sup>21</sup> Segundo Perez (2001) trata-se de um estabelecimento agropecuário com adaptação das dependências como locais de hospedagem com comodidades, podendo oferecer ao hóspede a possibilidade de conhecer e participar das atividades da fazenda. Para Rodrigues (2000) hotel fazenda caracteriza-se como hotéis localizados em meio rural implantados para a exploração do turismo, classificado como turismo rural contemporâneo.

somente em parte do caminho, sua pavimentação é de cascalho estando bem conservada e sendo refeita com frequência, a iluminação é natural e a vegetação é nativa. Os acessos principais podem ser de automóvel, enquanto as trilhas podem ser feitas a pé ou à bicicleta. Existe sinalização conservada com placas e setas no acesso principal como nas trilhas que são interpretativas.

Todavia, conforme a proprietária, hoje não é ofertada a vivência com atividades da rotina do campo, como: assistir uma ordenha manual, observar plantações, criação de animais etc., por que, na sua percepção ao longo do período de funcionamento do hotel fazenda, o que mais os turistas buscam durante sua estada é o descanso e o sossego.

Ainda segundo a proprietária, o turista respeita o meio ambiente não jogando lixo, não arrancando plantas e cuidando dos animais e o que mais os sensibiliza à preservação ambiental é o cuidado e a limpeza da fazenda e da área útil do hotel fazenda, além do canto dos pássaros e a natureza em geral. A conservação ambiental é uma preocupação da proprietária, uma vez que a natureza é o principal atrativo do hotel fazenda. Desta forma, sempre que os turistas levam água e refrigerantes nas trilhas e passeios ecológicos lhes é entregue um saco de lixo e solicitado que tragam o lixo de volta.

A comida servida no hotel fazenda geralmente é da culinária típica goiana com galinhada, frango caipira, porco caipira, costelinha de porco, guisado de quiabo, guariroba, pequi etc. De acordo com a proprietária, os pratos que os turistas gostam mais são frango e porco caipira, mas nem sempre os turistas querem comer uma comida típica pedindo massas, feijoada etc. A manteiga e o queijo servidos no café da manhã são produzidos na propriedade. Entretanto, atualmente a maior parte dos alimentos consumidos no hotel fazenda são comprados na feira realizada na Cidade de Goiás.

Não existe comercialização de produtos alimentícios produzidos na propriedade, nem mesmo do artesanato local, mas esta é uma preocupação da proprietária da pousada que já está planejando a sua implementação.

No Hotel Fazenda Manduzanzan a mão-de-obra é contratada na Cidade de Goiás, não necessariamente do meio rural, sendo capacitada com treinamentos e reciclagens periódicas no Centro de Educação Profissionalizante de Goiás e na própria fazenda. Contudo, a proprietária do hotel fazenda expressou sua dificuldade na contratação de mão-de-obra, uma vez que os candidatos ao emprego não querem dormir na fazenda.

Conforme a informação da proprietária, o Hotel Fazenda Manduzanzan mantém sua sustentabilidade econômica através da atividade turística desde a sua implantação, entretanto contornando a sazonalidade da demanda para garantir a ocupação dos leitos. A receita provinda do turismo é investida na melhoria do hotel fazenda para o atendimento aos turistas.

Segundo a proprietária, os eventos de Carnaval, Semana Santa (Procissão do Fogaréu<sup>22</sup>) Festival Internacional de Cinema Ambiental – FICA, realizados na Cidade de Goiás influenciam a demanda do hotel fazenda, tanto que nestes períodos as tarifas praticadas correspondem à alta temporada. Durante feriados com final de semana prolongado é considerado média temporada, enquanto em feriados com finais de semana normais caracteriza baixa temporada. Durante os períodos de baixa temporada a proprietária promove a noite da seresta, mas ainda não conseguiu avaliar o retorno da sua divulgação que ocorre com envio de mensagens (anexo 2) aos endereços eletrônicos dos turistas que já se hospedaram no hotel fazenda.

As formas de divulgação do Hotel Fazenda Manduzanzan são: uma página na *Internet* onde é possível solicitar reserva além de obter informações sobre o mesmo, anúncio

---

<sup>22</sup> Acontece todos os anos na cidade de Goiás durante a Semana Santa, na quarta-feira de trevas, e representa a busca e a prisão de Cristo. (<http://www.vilaboadegoias.com.br/fogareu.htm>)

no Guia 4 Rodas<sup>23</sup> e marketing boca a boca feito por turistas que conheceram o hotel fazenda e indicam para amigos e parentes, estas últimas, segundo a proprietária, trazem retorno mensurado com a procura dos turistas.

Na fazenda só funciona telefone celular rural o que dificulta o gerenciamento da página da *Internet* tanto na atualização das informações publicadas quanto no atendimento às reservas feitas pela página.

Com relação aos aspectos ambientais, o Hotel Fazenda Manduzanzan localiza-se numa região do Cerrado apresentando flora e fauna endógena, onde há conservação da mata nativa, mas estas se misturam à vegetação exótica, que juntas compõem uma visão bucólica de beleza cênica. Os rios que passam pela propriedade, o Mandu e o Zanzan, mantêm sua mata ciliar.

Quanto à gestão ambiental, não são adotadas medidas para mitigar o consumo de água e energia, tratar o lixo e resíduos gerados nas atividades realizadas na fazenda etc. A água é bombeada do rio para uma caixa de água de 5 mil litros cúbicos que é distribuída no hotel através de encanamento, abastecendo uma caixa de 1 mil litros cúbicos disponível para cada um dos apartamentos. A água tem ausência de cor, mas quando chove apresenta-se mais escura. Esta água é utilizada para banho, descarga, limpeza, piscina, culinária, para os animais e irrigação. Para beber é usada água mineral. A limpeza dos reservatórios é mensal sendo utilizado cloro. O destino das águas utilizadas (banho, descarga e cozinha) são as fossas sépticas, não havendo fossa biodigestora<sup>24</sup> que tem a função de transformar os resíduos em

---

<sup>23</sup> Guia rodoviário brasileiro, que traz informação através de mapas rodoviários, roteiros e destinos brasileiros, trazendo informações sobre hotéis, pousadas, restaurantes, atrações etc. (<http://guia4rodas.abril.com.br/>).

<sup>24</sup> O processo de biodigestão de resíduos orgânicos é bastante antigo, sendo que a primeira unidade foi instalada em Bombaim, na Índia em 1819; na Austrália uma companhia produz e industrializa o metano a partir de esgoto desde 1911. A China possui 4,5 milhões de biodigestores que produzem gás e adubo orgânico, sendo que a principal função é o saneamento no meio rural. No Brasil, a ênfase para os biodigestores foi dada para a produção de gás, com o objetivo de converter a energia do biogás em energia elétrica através de geradores. Isso permitiu melhorar as condições rurais, como, por exemplo, o uso de ordenhadeiras na produção de leite, e outros benefícios que podem ser introduzidos. Esse processo realiza-se através da decomposição anaeróbica da matéria orgânica digerível por bactérias que a transforma em biogás e efluente estabilizado e sem odores, podendo ser



adubo. É realizada coleta seletiva do lixo. Sua contenção é feita em latões e seu condicionado para transporte até o lixão da Cidade de Goiás é feito em sacos plásticos. Não há reaproveitamento<sup>25</sup> de resíduos<sup>26</sup> que podem ser reciclados. O hotel fazenda utiliza energia elétrica fornecida pela Companhia Energética de Goiás – CELG, tendo como consumo médio de 1.800 kw (quilowatts) e não havendo qualquer forma alternativa de energia.

#### 4.1.1.2 Fazenda Quinta Pousada Ecológica

A Fazenda Quinta Pousada Ecológica localiza-se no município de Mossâmedes (GO), nas encostas da Serra Dourada, distante cerca de 128 km de Goiânia, na região oeste do Estado de Goiás.

A Fazenda Quinta Pousada Ecológica faz parte da história de Goiás, fundada em 31 de Agosto de 1755 com a ocupação dos irmãos Távora, que buscavam ouro na região. O gado criado no cerrado em estâncias vizinhas se deslocava em busca de alimento chegando à Quinta, que mais tarde viria a ter a produção de gado como sua principal atividade econômica.

O acesso à Fazenda Quinta Pousada Ecológica, partindo de Goiânia, ocorre pela rodovia estadual GO-060, em direção à Cidade de Goiás. No trevo do quilometro 124 entra para a GO-164 em direção à Mossâmedes, percorre-se mais 4 km até a entrada da fazenda que fica próxima ao asfalto. Para chegar à pousada é necessário passar por uma estrada de 750 metros, de cascalho que tem boas condições em épocas secas e de chuvas. A paisagem apresentada é rural descampada sem árvores e com iluminação natural.

---

utilizado para fins agrícolas. O processo de biodigestão de resíduos orgânicos é uma possibilidade real a ser considerada para a melhoria do saneamento no meio rural. (NOVAES et al, 2006)

<sup>25</sup> Reaproveitar – segundo Valle (2000) é uma solução corretiva que promove um novo ciclo produtivo com o resíduo. Existem 3 enfoques: a) Reciclagem – reaproveitamento cíclico de matérias-primas de fácil purificação. Ex.: papel, vidro, alumínio; b) Recuperação – extração de substâncias nocivas, como óxidos e metais; c) Reutilização ou re-uso – trata-se do reaproveitamento direto, como garrafas, vasilhame de água mineral, água de máquina de lavar roupas, água de chuveiro para descargas.

<sup>26</sup> De acordo com Valle (2000) e Barbieri (2004), resíduo é definido como algo que é não mais desejado, é o resto ou sobra de alguma atividade ou processo produtivo.

Segundo informações obtidas junto à proprietária da pousada, senhora Eny Camilo Machado, filha de hoteleiros, o surgimento da atividade turística na fazenda também foi motivado pela frequência de amigos e parentes, o que foi visto como uma oportunidade de negócio. Na implantação do turismo rural na fazenda também foi realizado somente o projeto arquitetônico, sem a avaliação do seu patrimônio turístico, portanto, sem receber assessoria do SEBRAE-GO ou AGETUR.

O início do funcionamento da Fazenda Quinta Pousada Ecológica se deu em julho de 1999 com o primeiro ano do FICA.

A fazenda continua com suas atividades rurais rotineiras, o que o caracteriza como prática de turismo rural segundo conceito da OMT (2003).

A Fazenda Quinta Pousada Ecológica mantém a caracterização da paisagem rural contando com a seguinte estrutura para o atendimento aos turistas: restaurante com fogão à lenha e 6 chalés e 4 apartamentos com estilo rústico combinando com as casas da fazenda, equipados com frigobar, TV com antena parabólica e ventilador de teto.

O conjunto de infra-estrutura utilizado no alojamento de hóspedes da Quinta é classificado como Fazenda-Hotel na modalidade Pousada Rural<sup>27</sup>, cuja arquitetura copia a originalidade da casa da sede da fazenda, conforme determinado no padrão de *design* arquitetônico onde as instalações turísticas refletem o caráter do ambiente imediato (OMT, 2003).

A pousada oferece atividade de lazer como: mesa de jogos; duas piscinas; um lago represado para pesca; rede de voleibol ou peteca; trilha ecológica à Serra Dourada; passeios a cavalo e, banhos de rio. As trilhas não têm cercas nem corrimões. Sua pavimentação é de terra batida, com boa conservação durante as secas, apresentando estado regular de conservação durante a época das chuvas. Sua capacidade é média não permitindo um número muito grande

---

<sup>27</sup> Alojamento de menor porte e menos luxo, procuram oferecer aos turistas a fruição da vida do campo, sem muita sofisticação (RODRIGUES, 2000).

de turistas. A iluminação é natural e a vegetação é nativa. Os acessos principais podem ser de automóvel, enquanto as trilhas podem ser feitas a pé ou a cavalo. Não existe sinalização nas trilhas com placas, setas ou interpretação do nome da vegetação.

O turista também pode beber leite no curral, característica do turismo rural. Destas atividades, o que os turistas mais gostam de fazer durante sua estada é andar a cavalo e pescar.

A manutenção dos equipamentos benfeitorias é diária e realizada pelos funcionários da pousada.

A educação ambiental não é uma prática desenvolvida na pousada, pois conforme o entendimento da proprietária, o público que frequenta a Quinta é esclarecido e não necessita de informações a respeito da conservação do meio ambiente que, aliás, é de grande importância para a manutenção das atividades da pousada que tem seus principais atrativos na natureza.

A comercialização de produtos alimentícios produzidos na propriedade está sendo introduzida na pousada que produz em pequenas quantidades geléia de pimenta, licor de jabuticaba e queijos. No entanto, não é vendido artesanato local.

A Fazenda Quinta Pousada Ecológica reaproveita a mão-de-obra da fazenda, contribuindo para a renda das pessoas que trabalham no campo, em concordância com os princípios do turismo rural de Zimmermann (1996). Quando necessário, a proprietária da pousada busca mão-de-obra na região, geralmente da zona rural. Esta quase sempre é pouco profissionalizada, recebendo capacitação na própria fazenda. Eventualmente recorrem aos treinamentos disponibilizados pelo Sebrae-GO e pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Rural – SENAR. Segundo a proprietária, questões sobre higiene e asseio são as mais complicadas para repassar aos funcionários, de origem humilde e sem muita informação.

Conforme a informação da proprietária, a Fazenda Quinta Pousada Ecológica não tem conseguido manter sua sustentabilidade econômica através da atividade turística, mas

vem contornando a sazonalidade da demanda buscando garantir a ocupação dos leitos da pousada, que segundo a proprietária, os eventos realizados na Cidade de Goiás, Semana Santa (Fogaréu) e FICA, têm contribuído para a manutenção da demanda. Para aumentar a demanda a proprietária tem chamado seus conhecidos para se hospedar na pousada, cobrando apenas pela alimentação e consumo de bebidas.

Os investimentos feitos para a melhoria da pousada para o atendimento aos turistas provêm de recursos próprios da proprietária.

A pousada oferece comida típica da culinária goiana, mas conforme a proprietária, esta não é a preferência da maioria dos turistas que se hospedam na Quinta. Mesmo assim são servidos galinhada, frango caipira, porco caipira, costelinha de porco, guisado de quiabo, pequi etc. No café da manhã são servidos pão de padaria, queijos e presuntos industrializados, ou seja, não são produzidos na propriedade e bolo de arroz típico de Goiás produzido na fazenda.

Os meios de informação utilizados na promoção da Fazenda Quinta Pousada Ecológica são: uma página na *Internet* somente com informações sobre a pousada, panfletos e marketing boca a boca feito por turistas que conheceram a pousada e indicam para amigos e parentes.

Na fazenda não funciona telefone celular, apenas telefone fixo rural muito precariamente, o que tem e dificulta a manutenção da sua página de *Internet* bem como o acesso ao seu público-alvo.

Quanto aos aspectos ambientais a Fazenda Quinta Pousada Ecológica localiza-se numa região do Cerrado apresentando flora e fauna endógena onde há conservação da mata nativa ao pé da Serra Dourada, de uma beleza cênica incomparável e uma paisagem bucólica típica do meio rural (OMT, 2003). Na fazenda há horticultura de subsistência, fruticultura com 200 pés de jaboticaba, criação de gado e piscicultura destinada ao lazer do turista.

Quanto à gestão ambiental, são adotadas poucas medidas para gestão do consumo de água, energia, gestão do lixo etc. A captação de água é realizada num rio que atravessa a propriedade, acondicionada em um reservatório de 5 mil litros cúbicos, levadas ao alojamento dos turistas através de encanamento após a sua filtragem. Essa água apresenta coloração leve e é destinada a: banho, descarga, limpeza, piscina e para regar o jardim. A limpeza da caixa ocorre de cada 3 meses sendo utilizado água sanitária. O destino das águas utilizadas é a fossa séptica. O lixo produzido na pousada é acondicionado em valas e não há coleta seletiva, assim todos os resíduos têm como mesmo destino final a queima, não sendo encaminhados ao lixão da Cidade de Goiás. Com relação ao consumo de energia, também se utiliza a energia da CELG, não havendo fonte de energia alternativa. As lâmpadas utilizadas em todas as áreas da pousada são incandescentes.

#### 4.1.2 Entrevista com os Funcionários dos Empreendimentos Turísticos

Os resultados obtidos com a entrevista dos funcionários serão apresentados separadamente para o Hotel Fazenda Manduzanzan e a Fazenda Quinta Pousada Ecológica.

Foram entrevistados cinco funcionários de cada um dos empreendimentos com o intuito de verificar se a atividade de turismo rural na fazenda está sendo desenvolvida de forma que as necessidades da comunidade local também esteja sendo cumpridas, enfatizando o lado social do turismo, bem como se esta encontra-se envolvida no processo do turismo a ponto de conhecer o que a atividade deve oferecer, sobretudo compreendendo seu papel no atendimento aos turistas (SILVEIRA, 1997; OMT 2003).

##### 4.1.2.1 Hotel Fazenda Manduzanzan

Dos 5 funcionários entrevistados do Hotel Fazenda Manduzanzan, um já trabalhava na lida rural da Fazenda Manduzanzan, outro veio de uma fazenda vizinha, enquanto os outros 3 vieram da Cidade de Goiás. Não há requisito para que as contratações da

mão-de-obra ocorram exclusivamente na própria fazenda, o Hotel Fazenda Manduzanzan cumpre parcialmente com o princípio do Turismo Rural de aproveitamento da mão-de-obra da fazenda (ZIMERMANN, 1996; EMBRATUR, 2000; SEBRAE, 2000), mas promove o Turismo Sustentável na geração de emprego para a comunidade local (OMT, 2003). O Senhor Valdemar Alves trabalha no hotel como jardineiro há 3 anos, vindo de uma fazenda do interior do Piauí. O senhor Robson Roberto trabalha no hotel como recepcionista e garçom há 7 meses, vindo da fazenda da família localizada na divisa da Cidade de Goiás com o município de Faina (GO), enquanto a Senhora Sueli Silva que é garçomete, a Senhora Marta Silva que é camareira e André Luiz Barbosa que desempenha serviços de manutenção, trabalham no hotel há 3 meses. Segundo os funcionários, todos receberam treinamento na própria fazenda.

Na visão dos funcionários, os turistas gostam de praticar algumas atividades em sua estada como: andar a cavalo, fazer trilha a pé até a Cachoeira das Andorinhas, observar a natureza, descansar e tomar banho de piscina.

Quanto às manifestações da cultura local e às atividades religiosas, os funcionários informaram que nenhuma atividade faz parte da sua oferta turística. No entanto, há envio de mensagens aos turistas que já se hospedaram no hotel para divulgação de eventos como “a noite da seresta”.

As comidas mais servidas aos turistas são frango caipira, porco caipira e comida caseira. De acordo com a percepção de um dos funcionários o Senhor Robson Roberto, o “verdadeiro” turista gosta de comida de fazenda.

Com relação ao meio ambiente, os funcionários responderam que os turistas que freqüentam a pousada são comprometidos com a conservação da natureza, não jogando lixo, não arrancando plantas e cuidado dos animais e, afirmaram que nunca precisaram chamar a atenção de uma turista por desrespeitar a natureza. Dos 5 funcionários entrevistados 2

afirmaram ter sido orientados a chamar a atenção dos turistas com relação à necessidade da manutenção da natureza intacta, porém um deles disse que prefere dar o exemplo ao turista juntando o lixo e colocando-o em recipiente adequado de forma que o turista possa perceber sua ação.

Com relação à mão-de-obra reaproveitada do campo, foi avaliado se os funcionários continuariam desempenhando atividade na lida rural. Apenas um funcionário, o Senhor Valdemar Alves, mantém suas atividades de manutenção do jardim do hotel conciliando com a lida rural, fazendo a ordenha manual, enquanto os demais desempenham suas funções apenas no hotel. Também foi avaliado se a vida dos funcionários melhorou depois que estes passaram a trabalhar na atividade turística implantada na fazenda e todos os funcionários entrevistados responderam que sim, pois têm a oportunidade de aprender coisas novas, abrir os horizontes e conhecer pessoas. Com relação à melhora da renda familiar dos funcionários com a atividade turística, o Senhor Valdemar Alves, que continua trabalhando na fazenda, diz que sua renda melhorou, pois agregou o salário que recebe nos seus serviços no hotel com o salário que já recebia na Fazenda Manduzanzan. Já o senhor Robson Roberto entende que a melhoria em sua renda, a partir da atividade turística, dá-se devido à sazonalidade. Segundo ele a agricultura é extremamente prejudicada com o período das secas que assolam o Estado de Goiás, enquanto a atividade turística faça chuva ou faça sol tem sua demanda.

Sobre a infra estrutura local, foi analisado se a atividade turística promoveu a melhoria das estradas, sinalização turística, fornecimento de água, energia e telefone facilitando a vida dos funcionários, dois dos entrevistados reconheceram que houve melhoria, enquanto os demais disseram não saber informar.

#### 4.1.2.2 Fazenda Quinta Pousada Ecológica

Na época do desenvolvimento deste trabalho, nenhum dos funcionários da Fazenda Quinta Pousada Ecológica que trabalhava na atividade turística na pousada já havia trabalhado na lida rural da Fazenda Quinta. Entretanto, todos eram oriundos de fazendas vizinhas, justificando um dos princípios de desenvolvimento do turismo rural (ZIMMERMANN, 1996; EMBRATUR, 2000; SEBRAE, 2000), que é manter a mão-de-obra subocupada do campo em atividades não agrícolas na fazenda evitando o êxodo rural (SILVA et al, 1998). A Senhora Maria Alice trabalha na pousada como cozinheira e faxineira há 6 anos, mora na fazenda onde seu esposo também trabalha atuando em atividades agropecuárias. O Senhor Antônio Ferreira, sua esposa e filhos trabalham na pousada há 3 meses, vindos da lida rural de uma fazenda do município de Itaberaí (GO) distante cerca de 40 km. A família atua nos serviços de jardinagem, na manutenção, na cozinha, na arrumação dos quartos e no atendimento aos turistas. A Senhora Vilma Gomes trabalha como lavadeira de roupas da pousada há 2 anos e meio com seu esposo que é vaqueiro na Fazenda Quinta. Até então morava na cidade de Mossâmedes (GO) onde trabalhava de doméstica.

Os funcionários entrevistados afirmaram ter recebido treinamento para desenvolver suas funções na própria pousada. A única funcionária que informou ter feito um treinamento no SEBRAE-GO foi a Senhora Maria Alice a funcionária mais antiga da pousada.

Na visão dos funcionários as atividades que os turistas mais gostam de praticar em sua estada são: andar a cavalo, trilha a pé, pescar na represa, descansar e tomar banho de piscina.



Quanto às manifestações da cultura local e as atividades religiosas. Embora exista uma capela na pousada, os funcionários informaram que nenhuma atividade cultural ou religiosa faz parte da sua oferta turística.

As comidas servidas aos turistas são bastante diversificadas na opinião dos funcionários, do frango caipira às massas. Contudo eles entendem que os turistas têm interesse por comidas típicas de fazenda.

Quanto aos cuidados como meio ambiente, os funcionários responderam que os turistas que freqüentam a pousada são comprometidos com a conservação da natureza, não jogando lixo, não arrancando plantas e cuidado dos animais. Todos os funcionários entrevistados afirmaram que nunca precisaram chamar a atenção de uma turista por desrespeitar a natureza. No entanto dos 5 funcionários 3 disseram nunca terem sido orientados a chamar a atenção dos turistas com relação à necessidade da manutenção da natureza intacta.

Com relação à mão-de-obra reaproveitada do campo, buscou-se avaliar se os funcionários continuariam desempenhando atividade na lida rural. Contudo nenhum deles concilia suas atividades da pousada e atendimento de turistas com a lida rural. Enquanto as famílias da Senhora Maria Alice e da Senhora Vilma Gomes trabalham na Fazenda Quinta na lida rural, a família do Senhor Antônio Ferreira trabalha toda na pousada. Procurou-se avaliar também se a vida dos funcionários melhorou depois que estes passaram a trabalhar na atividade turística implantada na fazenda e todos os funcionários entrevistados responderam que sim, justificando que passaram a aprender coisas novas, a conhecer pessoas, a ter moradia, luz e água de graça, além dos serviços eventuais que agregam renda da família. Com relação à melhora da renda familiar dos funcionários com a atividade turística, na visão da família do Senhor Antônio Ferreira, que totaliza 3 dos 5 funcionários entrevistados a renda não melhorou com relação aos seus antigos trabalhos na lida rural de uma fazenda vizinha que remunerava melhor. Contudo, a atividade turística em meio rural tem como princípio

melhorar a renda da comunidade local de forma a aproveitar melhor a mão-de-obra do campo, conciliando atividades agrícolas com as atividades não agrícolas, neste caso o turismo rural (ZIMMERMANN, 1996).

Com respeito à infra-estrutura local, procurou-se avaliar se a atividade turística promoveu a melhoria das estradas, fornecimento de água, energia e telefone facilitando a vida dos funcionários. Nenhum dos entrevistados soube avaliar se houve melhoria, pois eles vieram trabalhar na pousada depois da construção da mesma.

#### 4.1.3 Entrevista com Turistas Hospedados nos Empreendimentos Turísticos

A pesquisa com os turista avaliou primeiramente a origem dos entrevistados como se pode observar na figura 4, mostrada a seguir.

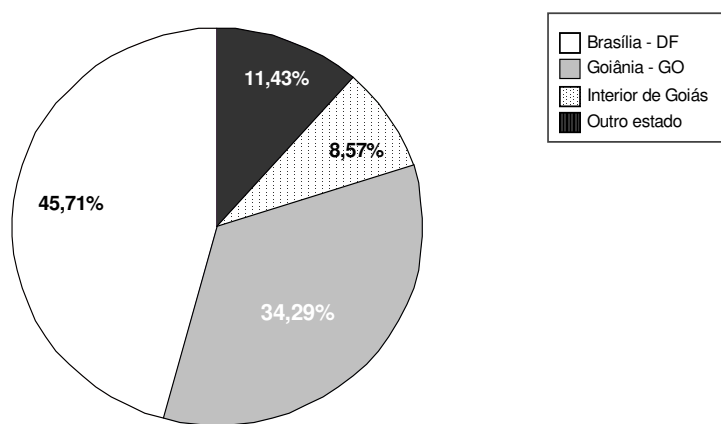


Figura 4 – Local de origem dos turistas

A maioria dos turistas entrevistados que totaliza 45,71% é originária de Brasília (DF), o que mostra a influência da economia dos moradores da Capital Federal no turismo desenvolvido no interior do Estado de Goiás. Enquanto 34,29% dos entrevistados são originários de Goiânia, capital do Estado de Goiás, 11,43% de outros estados do Brasil, sendo apenas 8,57% dos entrevistados são do interior do Estado de Goiás.

Na próxima figura 5 é apresentado o meio de informação pelo qual o turista teve informação do hotel/pousada.

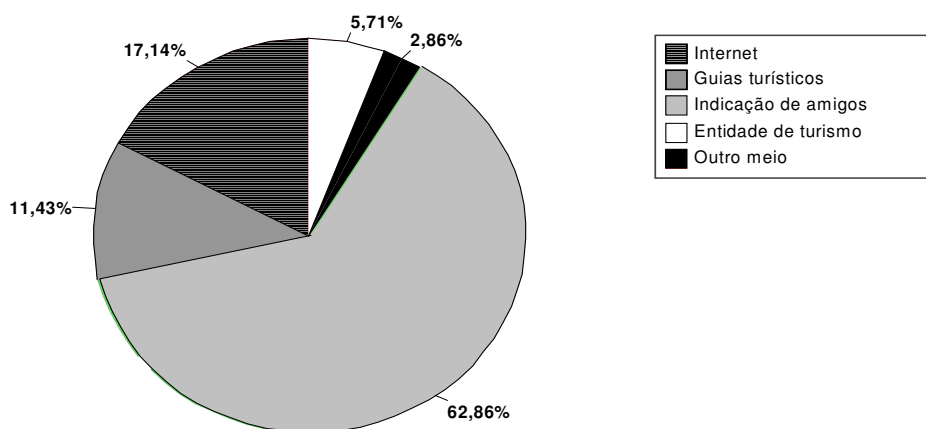


Figura 5 – Meio de informação

A indicação de amigos perfaz 62,86% para os turistas entrevistados, 17,14% dos turistas ficaram conhecendo o hotel/pousada através de sua página na *Internet*, 11,43% através de Guias Turísticos, 5,71% através do órgão de turismo local quando em visita a Cidade de Goiás e 2,86 através de outro meio.

Todos os turistas entrevistados, ou seja, 100%, responderam que costumam viajar a lazer. Este dado leva ao entendimento de que existe motivação para viagem a lazer que pode levar a promoção do turismo em meio rural no interior do Estado de Goiás como uma opção de viagem.

Na figura 6 é mostrada a escolha do hotel/pousada.

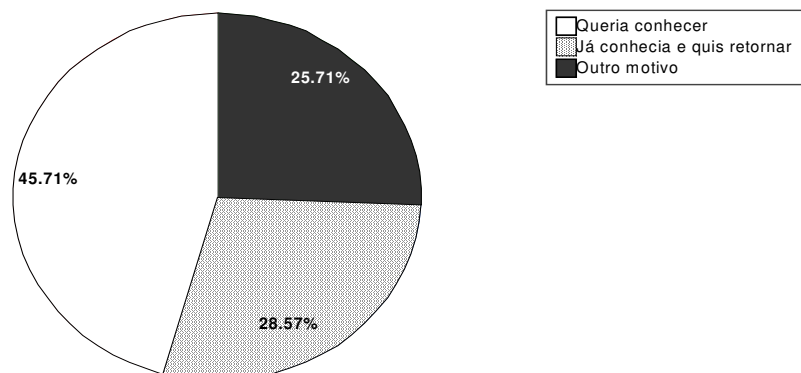


Figura 6 – Razão da escolha do hotel/fazenda

Dentre os turistas entrevistados, 45,71% escolheram se hospedar no hotel/pousada porque queriam conhecer, 28,57% dos entrevistados já conheciam e quiseram retornar, enquanto 25,71% escolheram hospedar-se no hotel/pousada por outros motivos. Entre eles está o fato das fazendas estarem localizadas próximo à Cidade de Goiás.

Todos os turistas entrevistados responderam que gostam da comida típica de fazenda. Este interesse reforça a escolha pela hospedagem nas fazendas no período de realização das entrevistas, denotando sua afinidade com as coisas do campo.

Dos entrevistados, 77,14% responderam estar satisfeitos com a comida servida no hotel/pousada sem nenhuma outra preferência de comida, enquanto 22,86% dos entrevistados expressaram vontade de ter comido alguma comida, como: massa, bife com batata frita, pamonha, que não haviam sido servidos durante sua estadia.

Questionados se gostariam de beber leite tirado na hora, atividade típica de fazenda, 45,71% dos entrevistados disseram que sim, enquanto 54,29% não gostariam de beber o leite de fazenda no ato da ordenha. Entretanto, 57,14% dos turistas entrevistados gostariam de assistir uma ordenha manual, enquanto 42,86% não gostariam de acompanhar uma ordenha. Portanto, apenas 45,71% dos turistas entrevistados responderam que gostariam de beber o leite tirado na hora, sendo que o restante gosta de assistir uma ordenha manual como uma atividade rural, mas não tomam o leite no ato em que foi tirado da vaca. Estes dados denotam que a maioria dos turistas tem interesse por vivenciar a lida do campo.

Com relação a gostar de andar a cavalo, 62,86% dos turistas entrevistados responderam que sim, enquanto 37,14% responderam que não gostam de andar a cavalo.

Todos os turistas entrevistados disseram gostar da paisagem rural, característica esta que pode levá-los à motivação pela prática do turismo em área rural.

Quanto a percepção dos turistas entrevistados com relação à harmonia visual entre a arquitetura do hotel/pousada com a paisagem rural, 97,14% tem a percepção de que existe

harmonia entre a arquitetura do hotel/pousada com a paisagem rural, enquanto apenas 2,86% dos entrevistados acham que não existe esta harmonia.

Com relação à cultura local todos os turistas entrevistados acham importante valorizar as expressões ou manifestações da cultura local. As manifestações culturais que os turistas entrevistados gostariam de terem vivenciado durante sua estadia na fazenda são mostradas na figura 7.

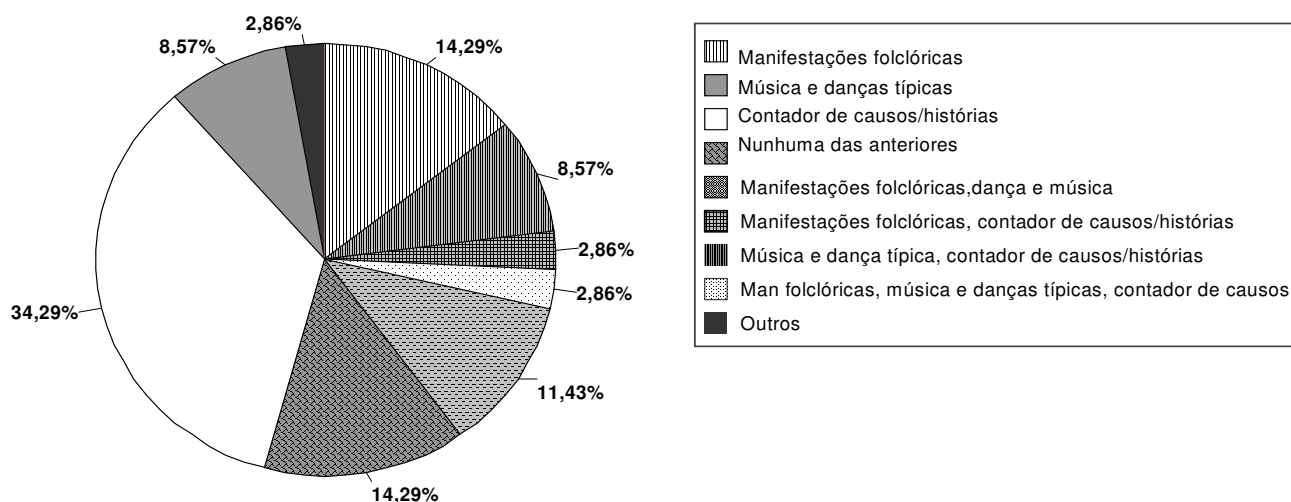


Figura 7 – Manifestações culturais que o turista gostaria de ter vivenciado no hotel/pousada durante sua estadia

Todos os turistas entrevistados responderam que gostariam de vivenciar durante sua estadia na fazenda algum tipo de expressão ou manifestações da cultural local. 34,29% dos turistas gostariam de ouvir um contador de causos / histórias, 14,29% dos turistas gostariam de presenciar todos de manifestações folclóricas, música e danças típicas e ouvir um contador de causos/histórias, 11,43% gostariam de presenciar alguma manifestação folclórica, enquanto 8,57% gostariam de vivenciar apresentações de música e danças típicas.

Estes índices demonstram que, além de valorizar a cultural local, o turista tem interesse em conhecer e vivenciar manifestações desta, o que mostra a relevância do fator histórico-cultural como motivação para a prática do turismo rural, o que leva a valorização

das raízes do campo e preservação do patrimônio histórico-cultural apontada como princípio do turismo rural (ZIMMERMANN, 1996; EMBRATUR, 2000; SEBRAE, 2000).

Na próxima figura 8 é representado o interesse do turista em comprar produtos artesanais como lembrança do passeio.

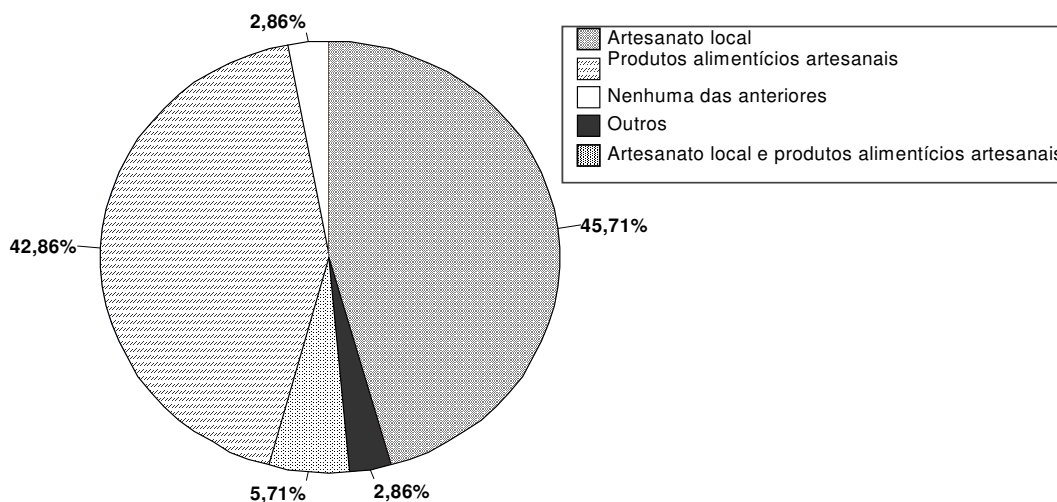


Figura 8 - Tipos de lembranças que o turista esperava levar do passeio

Dos turistas entrevistados, 45,71% demonstraram interesse em levar como lembrança do passeio artesanato local e produtos alimentícios artesanais, enquanto 42,86% dos entrevistados responderam que gostariam de levar produtos alimentícios artesanais. Este é um fator de grande importância para o turismo rural que tem como princípio promover o comércio como alternativa de renda da comunidade local rural (ZIMMERMANN, 1996; BRAVO, 1998; SILVA et al, 1998; EMBRATUR, 2000; SEBRAE, 2000).

Na figura 9 são mostradas as motivações do turista quando da decisão pela sua estadia no hotel/pousada.

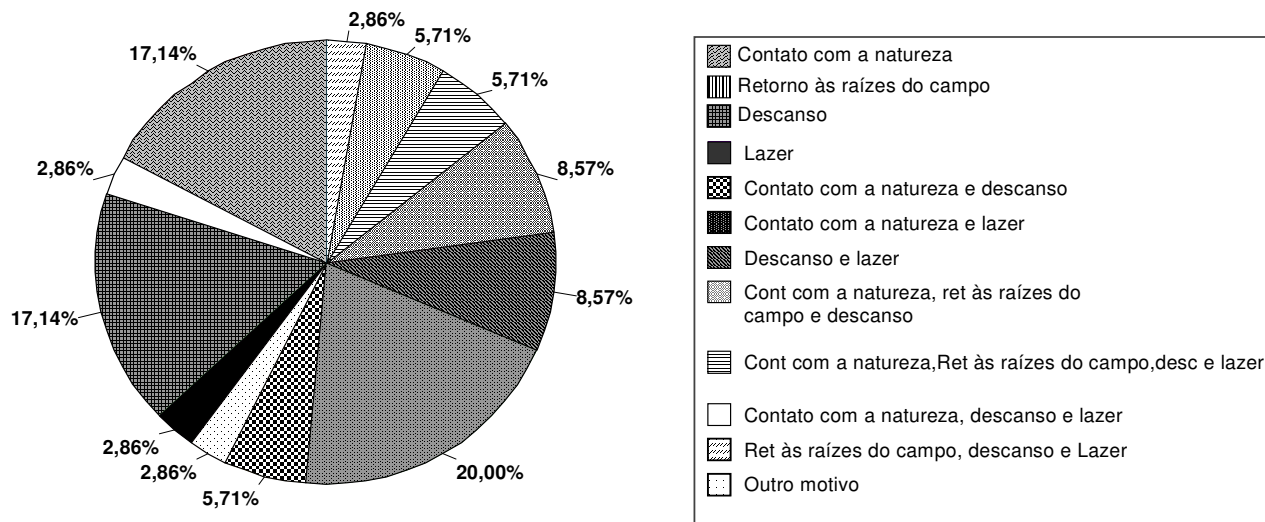


Figura 9 – Motivação para a hospedagem no hotel/pousada

Dos turistas entrevistados 20% responderam terem se hospedado no hotel/pousada motivados pelo contato com a natureza e em busca de descanso, 17,14% responderam que foram motivados apenas pelo contato com a natureza, enquanto outros 17,14% dos entrevistados afirmaram terem a motivação somente pelo descanso, já 8,57% dos turistas responderam ter a motivação pela oportunidade de descanso e lazer.

A opção retorno às raízes do campo apareceu como resposta de 8,57% dos turistas entrevistados que tiveram ao mesmo tempo motivação pelo contato com a natureza e descanso, enquanto outros 5,71% dos turistas expressaram que sua motivação estava, além do retorno às raízes do campo, no contanto com a natureza, descanso e lazer, sendo que outros 2,86% dos turistas também disseram ter sido motivados pelo retorno às raízes do campo associado ao descanso e lazer. Entretanto, vale ressaltar que, nenhum dos turistas entrevistados expressou que sua motivação para hospedar-se do hotel/pousada estivesse somente na possibilidade de retorno às raízes do campo.

Dos turistas entrevistados 77,14% conhecem outras fazendas de turismo rural, enquanto 22,86% estava visitando pela primeira vez este tipo de empreendimento. E 91,43% responderam que pretendem retornar ao hotel/pousada.

Se o percentual dos turistas que pretende retornar ao hotel/pousada for comparado ao índice de turistas que conhece outras fazendas com oferta de turismo rural, pode-se constatar que existe uma demanda real para a prática desta tipologia de turismo no entorno da Cidade de Goiás. E se for considerado que a forma de marketing mais utilizada é a divulgação “boca a boca” (62,86%) pode-se ter um aumento representativo na demanda potencial para a prática desta tipologia de turismo.

## 4.2 DISCUSSÃO

A discussão foi desenvolvida com base nos resultados obtidos neste estudo através da análise do inventário do hotel/pousada e das entrevistas realizadas com as proprietárias e funcionários do Hotel Fazenda Manduzanzan e da Fazenda Quinta Pousada Ecológica.

Esta discussão será apresentada separadamente para cada empreendimento, seguida da discussão comparativa entre os resultados dos dois empreendimentos e dos resultados da entrevista com os turistas.



#### 4.2.1 Discussão dos Resultados Individuais dos Empreendimentos

##### 4.2.1.1 Hotel Fazenda Manduzanzan

A partir dos resultados expostos pôde-se constatar que o Hotel Fazenda Manduzanzan não é um empreendimento voltado para a prática do turismo rural, mas para o turismo em meio rural de acordo com as formas e tipologias de turismo (NOVAES, 1999; SEBRAE, 2000; OMT, 2003), mas também devido ao seu conjunto de equipamento de hospedagem que caracteriza um hotel fazenda, ou seja, o empreendimento foi concebido para a prática do turismo, porém sem levar em conta os princípios do turismo rural estabelecido por Zimmermann (1996) e corroborado pela EMBRATUR (2000) e SEBRAE (2000).

Com base nos resultados apresentados anteriormente construiu-se a tabela 1 onde é apresentado o posicionamento do Hotel Fazenda Manduzanzan com base nos princípios do turismo rural (figura 3).

Tabela 1 – Posicionamento do Hotel Fazenda Manduzanzan X Princípios do Turismo Rural

<b>PRINCÍPIOS/ REQUISITOS</b>	<b>ATENDE</b>	<b>ATENDE PARCIALMENTE</b>	<b>NÃO ATENDE</b>
Diversificação dos pólos	X		
Interiorização do turismo / promoção da imagem	X		
Preservação do patrimônio			X
Consciência ecológica			X
Geração de empregos	X		
Diversificação de renda		X	
Diminuição do êxodo rural		X	
Qualidade de vida			X
Arquitetura e impacto da paisagem		X	
Melhoria dos equipamentos e da sede	X		
Integração campo com a cidade			X
Valorização das práticas rurais			X

Com relação ao princípio do turismo rural diversificação dos pólos o Hotel Fazenda Manduzanzan contribui para a diversificação da oferta turística do pólo turístico da Cidade de Goiás, reconhecido pela EMBRATUR (2002) como um município turístico, aumentando as possibilidades de motivação do turista. A interiorização do turismo é promovida pelo hotel, mesmo que incipiente, contribuindo para esta diversificação da oferta de tipologias de turismo no Estado de Goiás.

Quanto à preservação do patrimônio é necessário avaliar separadamente patrimônio natural e patrimônio histórico-cultural. Relativo à preservação do patrimônio natural constata-se que o Hotel Fazenda Manduzanzan não atende a este princípio, uma vez que não adota medidas de gestão ambiental, não reaproveitando a água consumida, não tratando os resíduos orgânicos do hotel e da fazenda através da biodigestão, sem fazer a coleta seletiva de lixo. Entretanto não desenvolvendo o manejo correto dos resíduos inorgânicos que podem ser reaproveitados, como o alumínio, papel, plástico etc, e sem utilizar-se de fontes alternativas e sustentáveis de energia. Nas atividades junto à natureza o hotel não controla a capacidade de carga do ambiente limitando a quantidade de turistas que fazem trilha, bem como não disponibiliza guias para acompanhar os turistas nos passeios. Em relação ao patrimônio histórico-cultural, o hotel não contribui para a manutenção da história e da cultura local uma vez que não oferta manifestações culturais local aos turistas hospedados, quanto ao patrimônio arquitetônico do conjunto de equipamentos de hospedagem, o hotel não mantém a arquitetura típica da fazenda, apesar de ser classificado como um Hotel Fazenda na concepção de Turismo Rural Contemporâneo (RODRIGUES, 2000) enquadra-se também com Hotel de Lazer<sup>28</sup>.

No quesito consciência ecológica, o hotel não cumpre com sua responsabilidade para com o meio ambiente na promoção da educação ambiental, tanto para os turistas como

---

<sup>28</sup> Normalmente localizado fora dos centros urbanos, com áreas menos edificadas e amplas, destinado à recreação e ao entretenimento (VIERA e CÂNDIDO, 2002).

para a comunidade local (SOUZA, 1997), por entende que a classe social dos turistas lhes garantem uma consciência ecológica.

No que concerne a geração de empregos, a mão-de-obra é treinada e contratada na comunidade local, ou seja, no entorno da Cidade de Goiás, mas não necessariamente do meio rural. Portanto, o hotel cumpre com este princípio. Quanto à diversificação de renda, o hotel cumpre parcialmente como alternativa de renda uma vez que um de seus funcionários trabalha na fazenda, mas tem no turismo uma renda alternativa, enquanto na criação de um mercado para os produtos tradicionais, produtos alimentícios e artesanato local, o hotel não atende o princípio, mas é importante lembrar que em entrevista com a proprietária do hotel esta informou que tem a intenção de implementar o comércio de produtos alimentícios e artesanais local. O hotel cumpre parcialmente com o princípio de diminuição do êxodo rural, uma vez que emprega dois funcionários de origem rural, porém os demais são todos oriundos da zona urbana da Cidade de Goiás. Como solução deste problema a literatura (ZIMMERMANN, 1996; EMBRATUR, 2000; SEBRAE, 2000, IH, 2004) aponta a capacitação dos trabalhadores para o turismo, o que promove a melhoria da sua formação educacional como desenvolver seu espírito de participação envolvendo a comunidade no processo produtivo do turismo.

Quanto ao princípio qualidade de vida, diretamente ligada à infra estrutura básica, a implementação da atividade turística na fazenda não impulsionou melhorias. A conservação das estradas é incipiente, a sinalização turística e o abastecimento de água são inexistentes, o serviço de telecomunicações deixa muito a desejar, enquanto a energia elétrica é fornecida normalmente pela CELG, sem que o hotel preocupe-se com a eficiência energética com a geração de energia alternativa.

Quanto ao impacto da paisagem, a arquitetura o hotel mantém a caracterização da paisagem natural refletindo o ambiente natural do entorno, porém esta não é bucólica que

acompanha a arquitetura da fazenda. Contudo, os equipamentos e os prédios da sede da fazenda apresentam bom estado de conservação o que indica que melhorias são feitas.

O hotel não contribui com a integração do campo com a cidade, não uma vez que não oferta atividades da lida rural aos seus turistas, desta forma não promovendo a valorização das práticas rurais.

#### 4.2.1.2 Fazenda Quinta Pousada Ecológica

De acordo com os resultados descritos pôde-se concluir que a Fazenda Quinta Pousada Ecológica é um empreendimento voltado para a prática do turismo rural (OMT, 2003) embora não atenda todos os princípios do Turismo Rural (ZIMMERMANN, 1996; EMBRATUR 2000; SEBRAE, 2000).

Na tabela 2 abaixo é apresentado o posicionamento da Fazenda Quinta Pousada Ecológica com base nos princípios do turismo rural (figura 1).

Tabela 2 – Posicionamento da Fazenda Quinta Pousada Ecológica X Princípios do Turismo Rural

PRINCÍPIOS/ REQUISITOS	ATENDE	ATENDE PARCIALMENTE	NÃO ATENDE
Diversificação dos pólos	X		
Interiorização do turismo / promoção da imagem	X		
Preservação do patrimônio			X
Consciência ecológica			X
Geração de empregos	X		
Diversificação de renda	X		
Diminuição do êxodo rural	X		
Qualidade de vida			X
Arquitetura e impacto da paisagem	X		
Melhoria dos equipamentos e da sede	X		
Integração campo com a cidade			X
Valorização das práticas rurais			X

A Fazenda Quinta Pousada Ecológica contribui com diversificação dos pólos proporcionando a diversificação da oferta turística do pólo turístico da Cidade de Goiás. Isto também promove a interiorização do turismo.

Quanto à preservação do patrimônio natural constata-se que não atende a este princípio, uma vez que não adota medidas de gestão ambiental, não reaproveitando a água consumida, não tratando os resíduos orgânicos do hotel e da fazenda através da biodigestão, sem fazer a coleta seletiva de lixo, conseqüentemente não desenvolvendo o manejo correto dos resíduos inorgânicos que podem ser reaproveitados, como o alumínio, papel, plástico etc, sem utilizar-se de fontes alternativas e sustentáveis de energia. A pousada não disponibiliza guias para acompanhar os turistas nas trilhas e ainda não controla a capacidade de carga do ambiente limitando a quantidade de turistas. A pousada não oferta manifestações culturais local aos turistas hospedados não contribuindo para a manutenção da história e da cultura local. Quanto ao patrimônio arquitetônico do conjunto de equipamentos de hospedagem, a pousada mantém a arquitetura típica da fazenda (OMT, 2003).

No quesito consciência ecológica, a pousada também não cumpre com sua responsabilidade para com o meio ambiente na promoção da educação ambiental, tanto para os turistas como para a comunidade local (SOUZA, 1997), por também entender que a classe social dos turistas garante uma consciência ecológica.

Quanto ao impacto da paisagem, a arquitetura da pousada mantém a caracterização da paisagem natural e rural que reflete o ambiente do entorno da fazenda, mantendo um bom estado de conservação.

A mão-de-obra é treinada e contratada na comunidade local, ou seja, na zona rural do entorno da Cidade de Goiás cumprindo com o princípio de geração de emprego. Quanto à diversificação de renda, a pousada cumpre parcialmente com o princípio, como alternativa de renda uma vez que um de seus funcionários trabalha na fazenda e tem no turismo uma renda

alternativa, enquanto na criação de um mercado para os produtos tradicionais, produtos alimentícios e artesanato local, a proprietária da pousada começou a implementar o comércio de produtos alimentícios, vendendo geléia de pimenta, licor de jabuticaba produzido na fazenda. A pousada cumpre, também, com o princípio de diminuição do êxodo rural, uma vez que emprega funcionários de origem rural.

Quanto ao princípio qualidade de vida, diretamente ligada à infra estrutura básica, a implementação da atividade turística na fazenda não impulsionou melhorias. A conservação da estrada que dá acesso à pousada é boa, a sinalização turística e o abastecimento de água são inexistentes, o serviço de telecomunicações é ruim, já a energia elétrica é fornecida pela CELG, sem nenhuma fonte de energia alternativa.

A pousada não oferta atividades da lida rural aos seus turistas não contribuindo com a integração do campo com a cidade, desta forma não promovendo a valorização das práticas rurais.

#### 4.2.2 Comparativos dos Empreendimentos

Expostos e discutidos os resultados individuais dos empreendimentos cabe um questionamento: como é caracterizado o turismo rural no entorno da Cidade de Goiás?

De acordo com as formas e as tipologias de turismo rural (NOVAES, 1999; SEBRAE, 2000; OMT, 2003) constata-se que no entorno da Cidade de Goiás é praticado essencialmente turismo em meio rural, aquele desenvolvido em meio rural, mas que não incluem necessariamente atividades da lida do campo (SILVA et al, 1998), pois é aquele cuja demanda é atraída pela produção e consumo de bens e serviços no campo (ZIMMERMANN, 1996). Entretanto, observa-se também que a Fazenda Quinta Pousada Ecológica atende mais princípios do turismo rural do que o Hotel Fazenda Manduzanzan (ZIMMERMANN, 1996;

EMBRATUR, 2000; SEBRAE, 2000), podendo a primeira ser entendida como uma propriedade que desenvolve turismo rural.

Contudo, em entrevista com as proprietárias dos empreendimentos contatou-se que a proposta de ambos é ofertar descanso, a partir da percepção de que esta é a motivação dos turistas.

Observou-se, ainda, que existe falta de entendimento das proprietárias com relação à denominação da tipologia de turismo desenvolvida em seus empreendimentos, provavelmente pela ausência de planejamento da atividade turística, inclusive por que não houve estudo de mercado o que possibilitaria a segmentação do público-alvo e possíveis motivações.

É inegável a contribuição dos empreendimentos com a diversificação da oferta turística no entorno da Cidade de Goiás, inclusive com a interiorização do turismo no Estado de Goiás, desprovido de litoral. Outrossim, fica evidente que o turismo no interior do cerrado goiano precisa ser mais divulgado e promovido, responsabilidade esta não só da iniciativa privada, mas do Estado, assunto amplamente discutido por outros autores (RUSCHUMANN, 1997; OMT, 2003).

Com relação à preservação do patrimônio, seja este natural ou histórico-cultural, tanto o Hotel Fazenda Manduzanzan quanto a Fazenda Quinta Pousada Ecológica, não promovem a gestão ambiental muito menos desenvolvem ações de educação ambiental com turistas e comunidade local. Todavia, a substituição das atividades agropecuárias pela prática do turismo nas duas fazendas promove conservação, mesmo que superficial, pela ausência de ações de gestão ambiental e educação ambiental.

Os dois empreendimentos não atendem a conservação do patrimônio histórico-cultural, desperdiçando o potencial cultural da Cidade de Goiás como atração turística, através do resgate das histórias do ciclo do ouro.

Na geração de emprego, os dois empreendimentos atendem o quesito. Já o quesito diversificação de renda e diminuição do êxodo rural é atendido pela Fazenda Quinta Pousada Ecológica, enquanto o Hotel Fazenda Manduzanzan atende parcialmente.

De um modo geral, vê-se que a infra-estrutura básica dos dois empreendimentos não apresentou melhora significativa após a implantação da atividade turística, principalmente no que se refere ao estado de conservação das estradas e da deficiente de sinalização turística<sup>29</sup> como na prestação do serviço de telefonia fixa<sup>30</sup> e móvel<sup>31</sup> muito precários e ainda, com a ausência de abastecimento de água tratada.

Quanto à arquitetura e o impacto da paisagem a Fazenda Quinta Pousada Ecológica cumpre com o quesito de manter a arquitetura da fazenda refletindo uma paisagem bucólica, diferente do que acontece com o Hotel Fazenda Manduzanzan, cuja arquitetura é rústica porém sem manter as características do campo. É importante lembrar que a paisagem turística é de grande relevância para a experiência turística no processo produtivo do turismo (SILVEIRA, 2000; YÁZIGI, 2001; WAINBERG, 2003).

No entanto, no que diz respeito à integração do campo com a cidade e a valorização das práticas rurais, nenhum dos empreendimentos promove estes quesitos.

Neste contexto, é concludente que a atividade turística no meio rural do entorno da Cidade de Goiás não está sendo ofertada de modo a resgatar as origens culturais da comunidade local, valorizando seu estilo de vida e a cultura local (SEBRAE, 2000).

---

<sup>29</sup> É a comunicação efetuada por meio de um conjunto de placas de sinalização, implantadas sucessivamente ao longo de um trajeto estabelecido, com mensagens escritas ordenadas, pictogramas e setas direcionais. Esse conjunto é utilizado para informar os usuários sobre a existência de atrativos turísticos e de outros referenciais, sobre os melhores percursos de acesso e, ao longo destes, a distância a ser percorrida para se chegar ao local pretendido. As mensagens estão baseadas no Sistema Referencial Turístico formado pelo conjunto de atrativos existentes, consolidado pelos diferentes valores estabelecidos, sejam eles de natureza cultural, natural ou de lazer, entre outros, e cuja seleção deve compreender elementos significativos na sua caracterização ou identificação. (<http://institucional.turismo.gov.br/sinalizacao/conteudo/principal.html>)

<sup>30</sup> É o serviço de telecomunicações que, por meio de transmissão de voz e de outros sinais, destina-se à comunicação entre pontos fixos determinados.

([http://www.anatel.gov.br/telefonia\\_fixa/stfc/stfc.asp?CodArea=26&CodTemplate=32](http://www.anatel.gov.br/telefonia_fixa/stfc/stfc.asp?CodArea=26&CodTemplate=32))

<sup>31</sup> É o serviço de telecomunicações móvel terrestre de interesse coletivo que possibilita a comunicação entre Estações Móveis e de Estações Móveis para outras estações.

([http://www.anatel.gov.br/comunicacao\\_movel/smp/smp.asp?CodArea=31&CodTemplate=413](http://www.anatel.gov.br/comunicacao_movel/smp/smp.asp?CodArea=31&CodTemplate=413))



É importante ressaltar que, a caracterização do turismo desenvolvido em meio rural do entorno da Cidade de Goiás, também não é uma atividade sustentável pela ausência de ações de gestão ambiental e educação ambiental, embora se entenda que o turismo rural e o turismo em meio rural são formas de turismo que visam satisfazer as necessidades dos turistas, dos empreendimentos e das comunidades locais, resguardando-as às futuras gerações (SWARBROOKE, 2000).

Há que se considerar também que, no entorno da Cidade de Goiás, o turismo em meio rural também não caracteriza alternativa de renda para a agricultura familiar (BRAVO, 1998; SILVA et al, 1998), visto que as duas únicas propriedades que desenvolvem turismo em meio rural não são pequenas propriedades e viram no turismo como outra fonte de renda.

#### 4.2.3 Discussão dos Resultados das Entrevistas com Turistas Hospedados nos Empreendimentos Turísticos

Exibidos os resultados das entrevistas com os turistas hospedados no Hotel Fazenda Manduzanzan e na Fazenda Quinta Pousada Ecológica durante o período da pesquisa pôde-se constatar que a influência dos turistas originários de Brasília (DF) é grande e deve ser considerada para efeito de planejamento da oferta turística do hotel/pousada. Contudo, o turista de Goiânia também deve exercer sua influência sobre a oferta turística do entorno da Cidade de Goiás, enquanto os turistas do interior goiano e de outros estados do país têm uma incidência muito menor, o que leva ao entendimento de que seja necessário intensificar a promoção dos destinos turísticos no interior do Cerrado goiano (ROSE, 2002; OMT, 2003), tanto da parte da iniciativa privada como da parte do Estado (RUSCHUMANN, 1997; OMT, 2003), como discutido quando avaliado a interferência da atividade turística do entorno da Cidade de Goiás na diversificação dos pólos e na interiorização do turismo.

Neste mesmo contexto, avaliou-se na pesquisa o meio de informação que os fez conhecer o hotel/pousada em que se hospedaram, a grande maioria dos turistas recebeu indicação de amigos, o que denota a importância do marketing “boca a boca” para o turismo, enquanto uma quantidade bem menor de turistas buscou informações na *Internet* e Guias Turísticos, o que mostra que uma melhor divulgação através destas mídias pode vir a impulsionar o turismo regional. Entretanto, estes números mostram que existe falha na promoção do turismo em área rural, principalmente para o turista goiano, não isentando a responsabilidade do Estado na divulgação do turismo praticado no Estado de Goiás, o que acontece de uma forma bastante tímida.

É importante ressaltar que uma parcela dos turistas entrevistados buscou hospedar-se no hotel/pousada por vários motivos, entre eles por estar próximo à Cidade de Goiás, o que proporciona a interseção das tipologias de turismo em meio rural com turismo histórico-cultural da Cidade de Goiás e, ainda, como opção de hospedagem em período das festividades da Semana Santa (Fogaréu).

A grande maioria dos turistas gosta da comida típica de fazenda, enquanto um pouco menos da metade dos turistas gostaria de acompanhar a ordenha manual e beber o leite tirado na hora, andar a cavalo e a maioria gosta da paisagem rural. Todos os turistas mostraram acharem importante a valorização da cultura local e expressaram seu interesse em vivenciar algum tipo de manifestação cultural durante sua estada no hotel/pousada, atrativos turísticos importantes para o turismo em meio rural. Estas informações mostram que existe interesse do turista para o turismo rural, se não para si, mas para a vivência de seus filhos, em conformidade com os princípios do turismo rural (ZIMMERMANN, 1996; EMBRATUR, 2000; SEBRAE, 2000), embora as proprietárias dos empreendimentos tenham a percepção de que os turistas buscam apenas descanso durante sua estada. Neste sentido, tem-se a diversificação da atividade turística em meio rural capaz de promover não só o descanso e

contato com a natureza, mas um contato com a vida simples, autêntica e peculiar do meio rural, para repor as energias antes de retornar a suas rotinas nas cidades (ARRUDA, 2000).

Com relação ao comércio de produtos artesanais produzidos na fazenda, os turistas expressaram interesse em levar do seu passeio um produto alimentício da fazenda ou artesanato local, o que corrobora ao princípio do turismo rural de diversificação de renda (ZIMMERMANN, 1996; EMBRATUR, 2000; SEBRAE, 2000) e ao desenvolvimento do turismo rural como alternativa para a agricultura familiar (BRAVO, 1998; SILVA et al, 1998). O Hotel Fazenda Manduzanzan não os oferta aos turistas, embora a proprietária tenha informado que tem planos de implementar uma loja na recepção do hotel, enquanto a Fazenda Quinta Pousada Ecológica está introduzindo timidamente a comercialização de geléia de pimenta e licor de jabuticaba.

De acordo com a motivação para a prática do turismo no entorno da Cidade de Goiás, os turistas expressaram motivação pelo contato com a natureza, descanso e lazer, individualmente e em conjunto. A motivação retorno às raízes do campo apareceu sempre em conjunto com contato com a natureza, descanso e lazer, totalizando um percentual 17,14% dos turistas entrevistados. De acordo com a literatura sobre turismo rural (ARRUDA, 2000), a busca de contato com a natureza e o contato com a vida e a vida rural são crescentes e admitidas como motivação para a atividade turística em meio rural.

Este dado leva ao entendimento de que embora na entrevista com os turistas a opção retorno às raízes do campo não apareça com tanta incidência quanto às opções de contato com a natureza, descanso e lazer, estas motivações aliadas à aceitação do turista às atividades típicas da vida rural, à comida típica de fazenda, às manifestações da cultura local e à comercialização de produtos artesanais produzidos na fazenda, incitam a conclusão de que existe motivação para a prática do turismo em meio rural no entorno da Cidade de Goiás. No entanto, se analisadas as motivações informadas pelos turistas deduz-se que sejam fruto do

desconhecimento que as sociedades têm das formas e das tipologias do turismo (NOVAES, 1999; SEBRAE, 2000; OMT, 2003), talvez por ausência de divulgação adequada, o que leva à construção de uma imagem muito simplificada do turismo, sendo entendido como sinônimo apenas de lazer e recreação, uma espécie de subestimação da atividade (MELGAR, 2001). Ainda neste contexto, percebe-se o equívoco das proprietárias dos dois empreendimentos estudados em determinar a motivação de sua demanda apontando apenas a necessidade do descanso. Conforme Ruschmann (1999) é a partir da demanda real que se consegue planejar a oferta turística.

A pesquisa mostrou, também, que todos os turistas disseram viajar a lazer, sendo que uma percentagem significativa deles informou repetir roteiros, além disso, a maioria deles conhece outras fazendas de turismo em meio rural e que responderam que pretendem retornar ao hotel/pousada visitado.

Portanto, pode-se constatar que existe demanda real para a prática do turismo em meio no entorno da Cidade de Goiás, mas para isso a oferta turística precisa ser atraente, diversificada e promovida através dos esforços tanto da iniciativa privada como do Município, Estado de Goiás e Governo Federal, através de políticas, diretrizes e programas de desenvolvimento do turismo.

## 5 CONCLUSÃO

O meio rural já não é visto apenas como o lugar destinado à produção agropecuária, mas para a prática do turismo como alternativa para as inconstâncias da renda da agropecuária, combinando a lida rural com a venda de produtos alimentícios artesanais (queijos, pães, biscoitos, leite, embutidos, vinhos, licores, geléias etc) como também hortaliças, verduras, frutas e carnes, diretamente aos visitantes urbanos, que buscam também contato com a lida rural e o estilo de vida no campo.

Através deste trabalho procurou-se caracterizar o turismo em meio rural praticado no entorno da Cidade de Goiás. Para isso foram investigados dois empreendimentos cadastrados no SEBRAE-GO como propriedades que ofertam turismo rural: Hotel Fazenda Manduzanzan e Fazenda Quinta Pousada Ecológica.

Respondendo os objetivos desta pesquisa, identificou-se que a atividade turística desenvolvida nas propriedades rurais estudadas não ocorre a partir do planejamento sustentado com base nos princípios do turismo rural e do turismo sustentável. Este é um aspecto preocupante, pois o turismo mal planejado ou sem planejamento pode levar à insustentabilidade da atividade do ponto de vista sócio-econômico e ambiental. É importante lembrar que, o planejamento da atividade turística é voltado para o turismo sustentável (ROSE, 2002).

Comprovou-se ainda que, a atividade turística no entorno da Cidade de Goiás não está sendo desenvolvida visando à valorização da identidade cultural da comunidade local, bem como sua disseminação. Mesmo que timidamente, apenas a Fazenda Quinta Pousada Ecológica promove a diversificação da renda com a comercialização de produtos alimentícios artesanais (geléia pimenta e licor de jabuticaba produzidos na fazenda).

Observou-se também que, os empreendedores das propriedades estudadas não estão sensibilizados para a promoção de ações voltadas à preservação ambiental e proteção de ecossistemas locais, característica marcada principalmente pela ausência de medidas de gestão ambiental e educação ambiental. A paisagem vislumbrada nos dois empreendimentos mantém-se com caracterização natural, no entanto, a Fazenda Quinta Pousada Ecológica tem uma arquitetura seguindo as demais casas da fazenda conservando a paisagem rural.

Finalmente conclui-se que, no entorno da Cidade de Goiás é praticado turismo em meio rural, aquele que não inclui necessariamente atividades da lida rural (SILVA et al, 1998), bem como manifestações da cultura local, não possibilitando que o turista tenha uma experiência bucólica, além do contato com a natureza, descanso e lazer.

Entretanto, constatou-se que a Fazenda Quinta Pousada Ecológica atende a mais princípios do turismo rural do que o Hotel Fazenda Manduzanzan (ZIMMERMANN, 1996; EMBRATUR, 2000; SEBRAE, 2000), podendo a primeira ser entendida como uma propriedade que desenvolve turismo rural. Todavia, identificou-se que este não é um turismo sustentável pela ausência de ações de gestão ambiental e educação ambiental, não caracterizando também uma alternativa de renda para a agricultura familiar (BRAVO, 1998; SILVA et al, 1998), já que as propriedades não são pequenas e apenas viram o turismo como uma outra fonte de renda, o que pode justificar o atendimento parcial dos princípios do turismo rural.

Com base na análise e conclusão dos resultados, serão apresentadas recomendações de adequação para o turismo rural desenvolvido nos casos estudados no entorno da Cidade de Goiás, a fim de melhorar a oferta turística do município atendendo integralmente os princípios do turismo rural (figura 3), sobretudo em busca da produção sustentável do turismo.

### 1- Entidades de Turismo:

- Desenvolver ações do Plano Nacional do Turismo, principalmente com relação à implementação da sinalização turística e profissionalização da mão-de-obra do turismo;
- Promover o sistema turístico do roteiro Região do Ouro, sobretudo no que se refere à sua divulgação e infra-estrutura;
- Promover o desenvolvimento do turismo rural através do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar Turismo Rural – PRONAF turismo rural;
- Oferecer assessoria ou consultoria para o (re)planejamento da atividades turística em meio rural, através da Secretaria Municipal de Turismo, da AGETUR, SEBRAE, SENAR, Associação Goiana de Turismo Rural – AGOTUR, entre outros órgãos;
- Desenvolver parcerias com Agências de Turismo visando à divulgação do pólo turístico da Cidade de Goiás;
- Incentivar o envolvimento da comunidade local no processo produtivo do turismo;
- Desenvolver ações de educação ambiental para a comunidade local;
- Sensibilizar empreendedores locais da necessidade de desenvolver a atividade voltada ao desenvolvimento sustentável;
- Criar um conselho municipal do turismo afim de envolver a comunidade no processo do turismo e integração do sistema turístico local.

### 2- Empreendimentos Turísticos

- Ofertar atividades autênticas da lida rural como :ordenha manual:passeios de pôneis para crianças;
- Disponibilizar pomar,horta,criação de animais para vivência dos turistas;
- Resgatar aspectos histórico-cultuais locais oferecendo manifestações da cultura local,com contador de causos/histórias ,roda de viola,dança e música típica etc;

- Implementação de atividades recreativas para as crianças como,por exemplo,caça ao ouro,parque infantil,uma mini festa etc;
- Fazer parcerias com instituições de ensino da cidade de Goiás para estagio de monitores de crianças;
- Ofertar atividades de turismo de natureza(trilhas,arvorismo e caiaque etc) com acompanhamento de guias para evitar que os turistas degradem o ambiente;
- Fazer manutenção das trilhas,inclusive dos corrimões e placas de sinalizações;
- Consideram a capacidade do ambiente ao formar grupos de turistas para a prática de atividades na natureza;
- Desenvolver ações de educação ambiental,tanto para os funcionários como para turistas;
- Treinar a mão de obra rural para atuar como agente do turista de forma que esta atenda seu papel no processo produtivo no turismo,minimizando o impacto social da atividade;
- Comercializar produtos alimentícios artesanais (queijos, doces, licores, pães, embutidos, biscoitos etc) frutas, verduras, legumes e artesanato típico local;
- Ofertar o espaço para eventos empresarias e atividades escolares de educação ambiental minimizando a sazonalidade;
- Manter o cadastro de hóspedes atualizados para o envio de mensagens promocionais através do endereço eletrônico;
- Melhorar a página da Internet do hotel/pousada mantendo-a atualizada, disponibilizando não somente informações, mas a opção de reserva;
- Desenvolver medidas de gestão ambiental a partir de:
  - economia de água, reutilização da água das piscinas para irrigação e lavagem das calçadas;



- aplicação do processo de biodigestão no tratamento do esgoto gerando adubo orgânico e biogás que pode ser transformado em energia elétrica através de um gerador;
  - promover economia de energia fornecida pela CELG, buscando eficiência energética;
  - fazer coleta seletiva de lixo e aplicando o manejo correto, através da destinação dos resíduos orgânicos ao lixão do município, como dos resíduos inorgânicos do hotel/pousada ao reaproveitamento (reciclagem, reutilização e recuperação).
- Implementar melhoria através da gestão operacional da qualidade total e da qualidade ambiental, antecipando-se para a implantação do PCTS.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACERENZA, M. A. **Promoción turística: un enfoque metodológico.** México: Trillas, 1998.
- AGÊNCIA GOIANA DE CULTURA PEDRO LUDOVICO TEIXEIRA – AGEPEL. Disponível em: [http://www.agepel.goias.gov.br/municipios\\_goianos/goias.htm](http://www.agepel.goias.gov.br/municipios_goianos/goias.htm). Acesso em: 28 Ago. 2006.
- AGÊNCIA GOIÂNIA DE TURISMO - AGETUR. **Turismo em Dados – Caminho do Ouro.** Goiânia. Dez. 2002. Disponível em: <http://www.agetur.go.gov.br/Viajegoias/destinoouro.htm>. Acesso em: 28 Abr 2006.
- AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES – ANATEL. Disponível em: ([http://www.anatel.gov.br/comunicacao\\_movel/smp/smp.asp?CodArea=31&CodTemplate=413](http://www.anatel.gov.br/comunicacao_movel/smp/smp.asp?CodArea=31&CodTemplate=413)). Acesso em: 12 Out 2006.
- ANDRADE, Rui O. B. TACHIZAWA, Takeshy. CARVALHO, Ana B. **Gestão ambiental: Enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável.** São Paulo: Makron Books, 2004.
- ARRAIS, Tadeu Pereira Alencar. **Goiás: Novas regiões, ou novas formas de olhar velhas regiões.** In: ALMEIDA, M. G. (Org.). **Abordagens geográficas de Goiás: o natural e o social na contemporaneidade.** Goiânia: UFG, 2002.
- ARRUDA, Antônio. **Aproveite os prazeres do campo.** Melhor Idade. São Paulo, Vimarç, nº.05, p.23-25, jan 2000.
- BASTA, Darci. MARCHESINI, Fernando R. de A. OLIVEIRA, José A. F. SÁ, Luís C. S. de. **Fundamentos de Marketing.** Rio de Janeiro: FGV Editora, 2004.
- BARBIERI, José C. **Gestão ambiental empresarial: Conceitos, Modelos e Instrumentos.** São Paulo: Saraiva, 2004.
- BAPTISTA, Adriana M. OLIVEIRA, Jaime C. de M. **O Brasil em Fóruns Internacionais sobre Meio Ambiente e os Reflexos da Rio 92 na Legislação Brasileira.** Revista Paranaense de Desenvolvimento. Curitiba, Jan./Jun. 2002. Pp. 5 - 27.
- BATISTA, Renata Lopes. **Identidade cultural e turismo no município de Goiás, no período de 1989-2004.** In: VIII EREGEO – Encontro Regional de Geografia. A geografia no mundo da diversidade. Cidade de Goiás. 2003.
- BENEVIDES, Ireleno Porto. GARCIA, Fernanda Ester Sanchez. **Imagens urbanas depuradas pelo turismo: Curitiba e Fortaleza.** In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri (org.) **Turismo modernidade globalização.** São Paulo: Hucitec, 2000. Pp. 66 - 77.
- BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo.** São Paulo: Editora Senac, 2001.
- \_\_\_\_. **Política e Planejamento de Turismo no Brasil.** São Paulo: Aleph, 2006.

BOLSON, Jaisa H. Gontijo. **Impactos socioculturais do turismo na Feira de Artesanato em pedra-sabão do Lago de Coimbra, Ouro Preto.** In: BAHL, Miguel. MARTINS, Rosilene Conceição Rocha. MARTINS, Sérgio Fernandes (orgs.) **O turismo como força transformadora do mundo contemporâneo.** São Paulo: Roca, 2005. Pp. 59 - 72.

BRASIL, Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. <http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php> Acesso em: 15 Jan 2006.

BRASIL. Ministérios do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo. Roteiros do Brasil. **Mapa da Regionalização do Turismo 2006.**

\_\_\_\_\_. Sinalização Turística. Disponível em: <http://institucional.turismo.gov.br/sinalizacao/conteudo/principal.html>. Acesso em: 15 Nov 2006.

\_\_\_\_\_. Política Nacional de Turismo. Disponível em: <http://institucional.turismo.gov.br/> Acesso em 28 Ago 2006.

BRAVO, Renato. **O turista descobre o sítio.** Globo Rural. São Paulo, Globo, n. 1, p.8, jan. 1998.

BRUHNS, Heloisa Turini. **Visitando a natureza:** experimentando intensidades. In: VASCONCELOS, Fábio Perdigão (org.). **Turismo e Meio Ambiente.** Fortaleza: UECE, 1998. Pp. 152 - 168.

BOULLÓN, Roberto. **Planificación Del Eespacio Turístico.** México: Trillas, 2001.

\_\_\_\_\_. **Planejamento do Espaço Turístico.** Josely Viana Baptista. Bauru (SP): EDUSC, 2002.

CARVALHO, Luiz Carlos Pereira de. VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval de. **Introdução à Economia do Turismo.** São Paulo: Saraiva, 2006.

CASASSOLA, Luis. **Turismo e Ambiente.** São Paulo: Roca, 2003.

CAVACO, Carminda. **Turismo, Comércio e Desenvolvimento Rural.** In: ALMEIDA, Joaquim Anécio. RIEDL, Mário. (orgs) **Turismo Rural: Ecologia, Lazer e Desenvolvimento.** Bauru (SP): Edusc, 2000, pp. 68 - 94.

CIDADES HISTÓRICAS BRASILEIRAS. Disponível em: [http://www.cidadeshistoricas.art.br/goias/go\\_his\\_p.htm](http://www.cidadeshistoricas.art.br/goias/go_his_p.htm). Acesso em: 15 Jan 2006.

CLIMATEMPO. Disponível em: <http://www4.climatempo.com.br/climatempo.php> Acesso em 15 Jan 2006.

COELHO, Marcos de A. **Geografia geral:** o espaço natural e sócio-econômico. São Paulo: Moderna, 1992

DENCKER, Ada de F. M. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo.** São Paulo: Futura, 2004.

DIAS, Reinaldo. CASSAR, Maurício. **Fundamento do Marketing Turístico**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

DIEHL, Astor Antonio. TATIM, Denise Carvalho. **Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas: Métodos e Técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA - EMBRAPA. **Sistema de Produção 6: Tecnologias de Produção de Soja Região Central do Brasil 2005**. EMBRAPA Soja. Out 2004.

ESTEVAM, Luís. **O Tempo da Transformação: Estrutura e dinâmica da formação econômica de Goiás**. Goiânia: UCG, 2004.

FAZENDA QUINTA POUSADA ECOLÓGICA. Disponível em: <http://www.fazendaquinta.hpg.ig.com.br/afazenda.htm> . Acesso em: 30 Jun 2005.

FERRAMENTA DE IDIOMAS – GOOGLE. Disponível em: [http://translate.google.com/translate\\_t](http://translate.google.com/translate_t).

FERREIRA, Aurélio B.H. **Novo dicionário básico da língua portuguesa**. São Paulo: Nova Fronteira, 2003.

FONTELLES, José O. **Turismo e Impactos Socioambientais**. São Paulo: Aleph, 2004.

FREITAS, V. J. R. de. **Novidades em Goiás Velha: Um estudo sobre o contexto turístico na antiga capital goiana**. Ilhéus. 2004. 171f. Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo). Universidade Estadual de Santa Cruz e Universidade Federal da Bahia. Ilhéus, Bahia.

GIULIANI, A.C. **Marketing em um Ambiente globalizado**. São Paulo: Cobra, 2003.

GUIA GEOGRÁFICO - Mapas do Brasil. Disponível em: <http://www.mapas-brasil.com/goias.htm> Acesso em: 10 Fev 2005.

GUIA 4 RODAS. Disponível em: <http://guia4rodas.abril.com.br/>. Acesso em 12 Out 2006.

GOIÁS, Secretaria de Indústria e Comércio. Agência Goiânia de Turismo - Agetur. Mapa do Caminho do Ouro. Disponível em: <http://www.agetur.go.gov.br/Viajegoias>. Acesso em: 31 Jul 2006.

HOFFMAN, K. Douglas. BATESON, John E. G. **Princípios de marketing de serviços: conceitos, estratégias e casos**. Tradução Brasil Ramos Fernandes. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

HOLLOWAY, J. C. e PLANT, R.V. **Mercadotecnia Turística**. México: Diana, 1996.

HOTEL FAZENDA MANDUZANZAN. Disponível em: <http://www.manduzanzan.com.br/index.htm>. Acesso em 30 Jun 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE TURISMO – EMBRATUR. Programa Nacional de Municipalização do Turismo – 8 Anos. **Retratos de uma caminhada: Estratégias e gestão.**

\_\_\_\_. Turismo rural: manual operacional. Brasília, 2001.

\_\_\_\_. Diretrizes para o desenvolvimento do turismo rural no Brasil. Brasília, 2000.

INSTITUTO DE HOSPITALIDADE – IH. Disponível em: <http://www.pcts.org.br/pubpcts/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?tpl=home#> . Acesso em: 15 Jan 2006.

\_\_\_\_. **Norma Nacional Para Meios de Hospedagem** – requisitos para a Sustentabilidade – NIH -54:2004. Abr 2004.

JARDIM, Márcia. FERREIRA, Maria. BARROS, Milena. PRUDENTE, Rúbia. **A Infra-estrutura do Setor de Turismo na Cidade de Goiás Durante o V FICA.** Cidade de Goiás, Go: Monografia (Graduação em Gestão Pública). Universidade Estadual de Goiás, 2003.

LAGANÁ, Liliana. **Imagem e memória no espaço do retorno: Viagem à Sicília com Elio Vittorini.** In: RODRIGUES, Adyr Balastri (org.) **Turismo modernidade globalização.** São Paulo: Hucitec, 2000. Pp. 155 - 160.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica: Ciência e conhecimento científico.** São Paulo: Atlas, 2004.

LEONY, Ângela. **Ecoturismo: algo a mais do que a buscado homem por paisagens naturais.** In: VASCONCELOS, Fábio Perdigão (org.). **Turismo e Meio Ambiente.** Fortaleza: UECE, 1998. Pp. 252 -264.

LUCHIARI, Maria Tereza D. P. **Turismo e cultura caiçara no litoral norte paulista.** In: RODRIGUES, Adyr Balastri (org.) **Turismo modernidade globalização.** São Paulo: Hucitec, 2000. Pp. 136 - 154.

MCDANIEL, Carl. GATES. Roger. **Pesquisa de Marketing.** Tradução: James F. Suderland Cook. São Paulo: Pioneira Thomson, 2004.

MACHÍN, C. A. **Marketing y Turismo: Gestión turística.** Madrid: Editorial Sintesis, 1997.

MARTINS JUNIOR, Osmar Pires,(org), **Introdução aos Sistemas de Gestão Ambiental: Teoria e Prática,**Goiânia: Kelps, 2005.

MATTEI, Lauro. **Agricultura Familiar e Turismo Rural: Evidências empíricas e perspectivas.** In: **Turismo no Espaço Rural: Enfoques e Perspectivas.** São Paulo: Roca, 2006.

MELGAR, Ernesto Guillenea.. **Fundamentos de planejamento e marketing em turismo.** São Paulo, Contexto, 2001.

MOLINA E, Sérgio. **Turismo e Ecologia.** Tradução: Josely Viana Baptista. Bauru (SP): EDUSC, 2001.O

MORAES, Dominga C.P. **Cidade de Goiás: patrimônio histórico, cotidiano e cidadania.** 2002. Dissertação (Mestrado em Geografia) Universidade Federal de Goiás, Goiânia, Goiás.

NASCIMENTO, Maria Amélia Leite S. **Geomorfologia do Estado de Goiás.** Boletim Goiano de Geografia. Goiânia: UFG, V.12, n.1. Jan./Dez. 1991.

NOVAES, Antonio Pereira. SIMÕES, Marcelo Luiz. MARTIN NETO, Ladislau. CRUVINEL, Paulo Estevão. SANTANA, Aleudo. NOVOTNY, Etelvino Henrique. SANTIAGO, Gilberto. NOGUEIRA, Ana Rita de Araújo. **Utilização de uma fossa séptica biodigestora para melhoria do Saneamento Rural e desenvolvimento da Agricultura Orgânica.** Disponível em: [www.cnpdia.embrapa.br/publicacoes/CT46\\_2002.pdf](http://www.cnpdia.embrapa.br/publicacoes/CT46_2002.pdf). Acesso em: 30 Out 2006.:

NOVAES, Marlene H. **O desenvolvimento do turismo no espaço rural: consideração sobre o plano de Joinville-SC.** In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Turismo: segmentação de mercado.** São Paulo: Futura, 1999.

OLIVEIRA, Sandra Regina dos Anjos. **Arranjos criativos em Búzios (RJ): Inclusão da população local no turismo.** In: BAH, Miguel. MARTINS, Rosilene Conceição Rocha. MARTINS, Sérgio Fernandes (orgs.) **O turismo como força transformadora do mundo contemporâneo.** São Paulo: Roca, 2005. Pp. 429 - 439.

OLIVEIRA, C. O. **Marketing Ambiental, Educação e Consumo.** Estudos. Universidade Católica de Goiás, Goiânia, v.26, n. 3, p.437-448, Jul/Set.1999.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Comissão Mundial Sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento: **Nosso Futuro Comum.** Rio de Janeiro: FGV, 1988.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO – OMT. **Guia de Desenvolvimento do Turismo Sustentável.** Tradução: Sandra Netz. Porto Alegre: Bookman, 2003.

PADILLA, Oscar de la Torres. **El turismo, fenómeno social.** México, Fondo de Cultura Económica, 1992.

PALACÍN, Luís. MORAES, Maria Augusta de Sant’Anna Moraes. **História de Goiás (1722 – 1972).** Goiânia: UCG, 2001.

PENNA, C. G. **O estado do planeta: sede de consumo e degradação ambiental.** São Paulo (sic): Record, 1999, p. 139-168.

PEREZ, Luiz di N. **Manual Prático de Recepção Hoteleira.** São Paulo: Roca, 2001.

ROBLES, Concepción Foronda. **El paisaje, denominación de origen turístico.** Sevilla: CINERT/EUT/ESHU UAB, 2001.

RODRIGUES, A. M. **Para o turismo sustentável.** In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri (org.). **Turismo e desenvolvimento local.** São Paulo: Hucitec, 1997, p. 87-98.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. **Turismo Rural no Brasil** – ensaio de uma tipologia. In: ALMEIDA, Joaquim Anécio. RIEDL, Mário. (orgs.) **Turismo Rural: Ecologia, Lazer e Desenvolvimento**. Bauru (SP): Edusc, 2000, pp. 51 – 68.

RODRIGUES, Joana D'Arc da Silva. **O Repensar dos Espaços Urbanos e o Turismo**. In: BAHLE, Miguel. MARTINS, Rosilene Conceição Rocha. MARTINS, Sérgio Fernandes (orgs.) **O turismo como força transformadora do mundo contemporâneo**. São Paulo: Roca, 2005. Pp. 27 - 40.

ROSE, Alexandre Turatti de. **Turismo: planejamento e marketing**. São Paulo: Manole, 2002.

RUSCHMANN, Doris V. WIDMER. Glória M. **Planejamento Turístico**. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Como Aprender Como Ensinar Turismo**. São Paulo: Senac, 2001. Vol. 2. Pp. 65 – 86.

RUSCHMANN, Doris V. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. Campinas: Papirus, 1997.

\_\_\_\_\_. **Marketing turístico: um enfoque promocional**. Campinas: Papirus, 1991.

SALLES, Mary M. G. **Turismo Rural: Inventário turístico no meio rural**. Campinas: Alínea, 2003.

SANTOS, Clézio. **Cartografia do turismo: a percepção e representação gráfica**. In: VASCONCELOS, Fábio Perdigão (org.). **Turismo e Meio Ambiente**. Fortaleza: UECE, 1998. Pp. 220 - 227.

SILVA, Arlete Mendes da. **Os caminhos do turismo em espaço rural goiano**. Disponível em: [www.observatoriogeogoiias.com.br](http://www.observatoriogeogoiias.com.br). Acesso em 25 ago. 2006.

SILVA, José G.; BALSADI, Otávio V; DEL GROSSI. Mauro E. **O emprego rural e a mercantilização do espaço agrário**. São Paulo: São Paulo em Perspectiva, 1997, p. 1-12.

SILVA, José G.; VILARINHO, Carlyle; DALE, Paul J.. **Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil**. Santa Maria: FAPERGS/CNPq/CAPES/SETUR, 1998, pp. 11-48.

SILVEIRA, Maria Laura. **Da fetichização dos lugares à produção local do turismo**. In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri (org.) **Turismo modernidade globalização**. São Paulo: Hucitec, 2000. Pp. 46 - 65.

SILVEIRA, M. A. T. da. **Planejamento territorial e dinâmica local: bases PARANÁ**. Curitiba: Secretaria de Estado dos Transportes/Caminhos do Paraná S/A., 1999.

SOUSA, Carmélia Anna Amaral. **Ecoturismo e envolvimento comunitário**. In: VASCONCELOS, Fábio Perdigão (org.). **Turismo e Meio Ambiente**. Fortaleza: UECE, 1998. Pp. 236 - 251.

SOUZA, Marcelo J. L. **Como pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local?** In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri. (org.). **Turismo, modernidade e globalização**. São Paulo: Hucitec, 1997.

STARLING, Gustavo Soares. **Turismo residencial como fator de desenvolvimento de um pólo turístico**. In: BAHL, Miguel. MARTINS, Rosilene Conceição Rocha. MARTINS, Sérgio Fernandes (orgs.) **O turismo como força transformadora do mundo contemporâneo**. São Paulo: Roca, 2005. Pp. 41 - 57.

STIGLIANO, Beatriz V. e CÉSAR, Pedro de A. B. **Inventário Turístico**. Campinas: Alínea, 2005.

SWARBROOKE, John. HORNER, Susan. **O comportamento do consumidor no turismo**. Tradução Saulo Kriger. São Paulo: Aleph, 2002.

SWARBROOKE, John. **Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental**. São Paulo: Aleph, 2000.

TABARES, F. C. **Comercialización del Turismo: determinación y análisis de mercados**. México: Trillas, 1999.

THOMAZI, Silvia. **Custer de Turismo: Introdução ao Estudo de Arranjo Produtivo Local**. São Paulo: Aleph, 2006.

TULIK, Olga. **Turismo Rural**. São Paulo: Aleph, 2003.

VALLE, Cyro E. **Como se preparar para as normas ISO 14000 Qualidade Ambiental: o desafio de ser competitivo protegendo o meio ambiente**. 3 ed. São Paulo: Pioneira, 2000.

VIERA, Elenara de Viera. CÂNDIDO, Índio. **Recepção Hoteleira**. Caxias do Sul (RS): EDUCS, 2002.

VILA BOA DE GOIÁS. Disponível em: <http://www.vilaboadegoias.com.br/fogareu.htm>. Acesso em: 15 Nov 2006.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1998.

WAINBERG, Jacques A. **Turismo e comunicação: a indústria da diferença**. São Paulo: Contexto, 2003.

YÁZIGI, Eduardo. **A alma do lugar: turismo, planejamento e cotidiano**. São Paulo: Contexto, 2001.

ZARDO, Eduardo Flávio. **Marketing Aplicado ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2003.


ZIMMERMANN, Adonis. **Turismo rural: um modelo brasileiro**. Florianópolis: Editora do Autor, 1996.



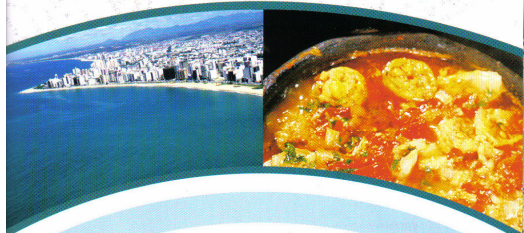
## **ANEXOS**

# ANEXO 1 – Promoção de Rotas e Circuitos Turísticos no Brasil

## 1.1 Rota do Sol e da Moqueca – Espírito Santo




**Rota do Sol e da Moqueca**




Serra - Vitória - Vila Velha - Guarapari - Anchieta

### Como chegar




**A** Rota do Sol e da Moqueca é formada pelas cidades de Vitória, Serra, Vila Velha, Guarapari e Anchieta. Aqui o turista vai encontrar cerca de 100 quilômetros de praias, bares, restaurantes, hotéis e toda uma estrutura voltada para receber visitantes de todo Brasil e exterior. A Rota do Sol e da Moqueca fica na Região Sudeste, no Espírito Santo, e é interligada pela BR-101 e pela Rodovia do Sol (ES-010). Seja bem-vindo a um roteiro cheio de belezas naturais e com uma culinária reconhecida mundialmente.

Ministério do Turismo

ESPIRITO SANTO

www.es.gov.br



Não pagar em espécie em esta página.




Serra - Vitória - Vila Velha - Guarapari - Anchieta


[www.rotadosoledamoqueca.com.br](http://www.rotadosoledamoqueca.com.br)

**T**ome um refrescante banho de mar em uma das diversas praias que estão na costa do Espírito Santo. Prove os variados pratos típicos da região, incluindo a famosa moqueca capixaba, uma mistura de temperos e cores que culminam em um delicioso e único prato. Além da culinária, a Rota do Sol e da Moqueca reserva várias opções de lazer com um clima agradável, pronto para receber todos os que queiram tranquilidade e diversão. Formada por Serra, Vitória, Vila Velha, Guarapari e Anchieta, a Rota do Sol e da Moqueca é um roteiro inesquecível. Seja bem-vindo.








Praia do Coque



Praia das Costascheiras



Praia das Costascheiras - Ilhéu



Praia do Camo

## 1.2 Circuito Italiano de Turismo Rural




### CIRCUITO ITALIANO DE TURISMO RURAL COLOMBO

A apenas 19 Km de Curitiba, Capital Ecológica do Brasil, em meio a produção de hortaliças, a exploração de minérios e da cristalina água do subsolo de Colombo, encontra-se o circuito Italiano de Turismo Rural.

Nele, você encontrará muitas belezas naturais, uma forte agricultura, as tradicionais cantinas de vinhos e poderá vivenciar a herança dos italianos nos costumes, na religiosidade, nas comidas típicas, na arquitetura e no folclore ..... em 20 pontos abertos a visitação.

Um passeio muito interessante e cheio de recordações onde você poderá se deliciar com produtos da colônia como: vinhos, sucos, conservas, queijos, salames, hortaliças orgânicas e o incomparável risoto colombense.

### PRODUTORES ORGÂNICOS

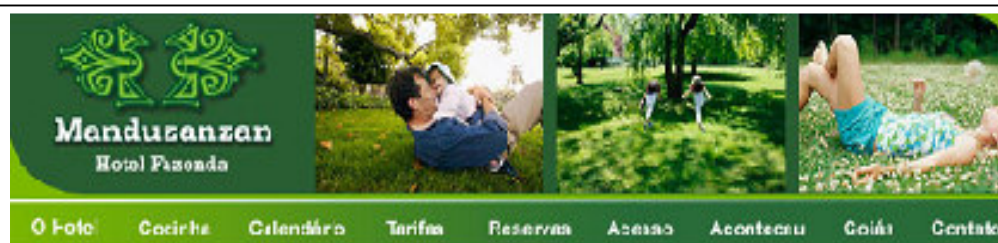


- Hélio José Gasparin**  
**Endereço:** Rua Orlando Ceccon, nº 143.  
**Comunidade:** Ribeirão das Onças  
**Fone:** (041) 756-3307  
**Horário de funcionamento:** Sábado das 9:00 às 18:00 horas e domingo das 9:00 às 12:00 horas  
**Característica tecnológica:** Cultivo orgânico.  
**Serviços Oferecidos:**  
 - Venda de hortaliças orgânicas.
- Sítio Mãe Terra**  
**Endereço:** Estrada da Ribeira, Km 14,5.  
**Comunidade:** Imbuial  
**Fone:** (041) 256-6472  
**Horário de funcionamento:** Sábados e domingos das 10:00 às 16:00 horas.  
**Característica tecnológica:** Produção orgânica.  
**Serviços Oferecidos:**  
 - Venda de produtos orgânicos (hortaliças, sucos, vinhos e geléias).
- Anderson César Pires de Almeida - Chácara É da Pam**  
**Endereço:** Estrada da Ribeira, Km 23 nº 575.  
**Comunidade:** Roseira  
**Fone:** (041) 756-3296  
**Horário de Funcionamento:** Sábado e domingo das 9:00 às 18:00 horas.  
**Característica tecnológica:** Cultivo do morango orgânico (produção: jul./dez).  
**Serviços Oferecidos:**  
 - Comércio de geléia e licor de morango.  
 - Venda de morango.
- José Neuri Maschio**  
**Endereço:** Rua José Strapasson, nº 560.  
**Comunidade:** Santa Germa  
**Fone:** (041) 756-4066  
**Horário de Funcionamento:** Sábado e Domingo das 9:00 às 18:00 horas  
**Característica tecnológica:** Cultivo orgânico de morango (produção: jul./dez).  
**Serviços Oferecidos:**  
 - Venda de hortaliças orgânicas e de suco natural de morango.



## ANEXO 2 – Mensagem Promocional – Hotel Fazenda Manduzanzan

De: Hotel Fazenda Manduzanzan <reservas@manduzanzan.com.br>  
Responder para: "Hotel Fazenda Manduzanzan" <reservas@manduzanzan.com.br>  
Enviado: segunda-feira, 13 de março de 2006 01:22:04  
Para: "Katia Aline Forville De Andrade" <katiforville@hotmail.com>  
Assunto: Final de Semana no Manduzanzan



Aproveite o próximo final de semana no Manduzanzan.

### *Serenata no Manduzanzan*

Após curtir um agradável dia no Manduzanzan e desfrutar das delícias da Cozinha da Anita, aproveite a noite no Hotel Fazenda com uma serenata ao luar e violão.



Descanse com sua família dos agitos da Cidade no Manduzanzan, acordando ao som dos passarinhos e da fragrância da relva molhada do cerrado.

## **APÊNDICES**

## APÊNDICE 1 - Inventário Turístico

<b>Variável: Macrolocalidade pesquisada</b>			
<b>1.1 Delimitação da área</b>			
a) Área:			
b) Módulo agrário:			
<b>1.2 Localização:</b>			
a) Coordenadas geográficas:			
b) Distância de outros municípios:			
c) Limites			
<b>1.3 Acessibilidade</b>			
<b>1.3.1 Acesso por rodovias</b>			
a) Rodovias federais:		N.º de pistas:	<input type="checkbox"/> Simples <input type="checkbox"/> Dupla
Pavimento:	<input type="checkbox"/> Asfalto <input type="checkbox"/> Paralelepípedo <input type="checkbox"/> Cascalho <input type="checkbox"/> Terra	Conservação:	<input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Regular
Sinalização:	<input type="checkbox"/> Placas <input type="checkbox"/> Setas <input type="checkbox"/> Pontos de referência	Pedágios:	N.º de praças: ____ Tarifas (R\$): ____ Motocicleta ____ Automóvel ____ Ônibus
b) Rodovias estaduais:		N.º de pistas:	<input type="checkbox"/> Simples <input type="checkbox"/> Dupla
Pavimento:	<input type="checkbox"/> Asfalto <input type="checkbox"/> Paralelepípedo <input type="checkbox"/> Cascalho <input type="checkbox"/> Terra	Conservação:	<input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Regular
Sinalização:	<input type="checkbox"/> Placas <input type="checkbox"/> Setas <input type="checkbox"/> Pontos de referência	Pedágios:	N.º de praças: ____ Tarifas (R\$): ____ Motocicleta ____ Automóvel ____ Ônibus
c) Rodovias municipais:		N.º de pistas:	<input type="checkbox"/> Simples <input type="checkbox"/> Dupla
Pavimento:	<input type="checkbox"/> Asfalto <input type="checkbox"/> Paralelepípedo <input type="checkbox"/> Cascalho <input type="checkbox"/> Terra	Conservação:	<input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Regular
Sinalização:	<input type="checkbox"/> Placas <input type="checkbox"/> Setas <input type="checkbox"/> Pontos de referência	Pedágios:	N.º de praças: ____ Tarifas (R\$): ____ Motocicleta ____ Automóvel ____ Ônibus
d) Rodovias vicinais:		N.º de pistas:	<input type="checkbox"/> Simples <input type="checkbox"/> Dupla
Pavimento:	<input type="checkbox"/> Asfalto <input type="checkbox"/> Paralelepípedo <input type="checkbox"/> Cascalho <input type="checkbox"/> Terra	Conservação:	<input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Regular
Sinalização:	<input type="checkbox"/> Placas <input type="checkbox"/> Setas <input type="checkbox"/> Pontos de referência	Pedágios:	N.º de praças: ____ Tarifas (R\$): ____ Motocicleta ____ Automóvel ____ Ônibus
1.3.1.1 Terminal rodoviário			

Localização (endereço):		Distância do centro (Km)/Tempo gasto:	
Condições:	<input type="checkbox"/> Guichês <input type="checkbox"/> Balcão de informações <input type="checkbox"/> Posto policial <input type="checkbox"/> Sanitários <input type="checkbox"/> Revistaria <input type="checkbox"/> Lanchonete <input type="checkbox"/> Telefone público <input type="checkbox"/> Outros _____		
Companhia de viação:	Tarifas:	Horários:	Transporte urbano, intermunicipal ou estadual:
1) _____	_____	_____	_____
2) _____	_____	_____	_____
3) _____	_____	_____	_____
<b>1.3.2 Acesso por ferrovia</b>			
Propriedade:	<input type="checkbox"/> Federal <input type="checkbox"/> Estadual	Terminal:	<input type="checkbox"/> Passageiros <input type="checkbox"/> Cargas <input type="checkbox"/> Ambos
Localização (endereço):		Distância do centro (Km)/Tempo gasto:	
Tarifas:		Horários:	
Condições:	<input type="checkbox"/> Guichês <input type="checkbox"/> Balcão de informações <input type="checkbox"/> Posto policial <input type="checkbox"/> Sanitários <input type="checkbox"/> Revistaria <input type="checkbox"/> Lanchonete <input type="checkbox"/> Telefone público <input type="checkbox"/> Outros _____		
<b>1.3.3 Acessos por via área</b>			
Terminal:	<input type="checkbox"/> Aeroporto <input type="checkbox"/> Campo de pouso	Localização (endereço):	
Distância do centro (Km)/Tempo gasto:		Condições:	<input type="checkbox"/> Guichês <input type="checkbox"/> Balcão de informações <input type="checkbox"/> Posto policial <input type="checkbox"/> Sanitários <input type="checkbox"/> Revistaria <input type="checkbox"/> Lanchonete <input type="checkbox"/> Telefone público <input type="checkbox"/> Outros _____
Vôos regulares:	<input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	Serviços:	<input type="checkbox"/> Táxi aéreo <input type="checkbox"/> Fretamento <input type="checkbox"/> Cargas
Companhia de aviação:	Tarifas:	Horários:	Transporte urbano, intermunicipal ou estadual:
1) _____	_____	_____	_____
2) _____	_____	_____	_____
3) _____	_____	_____	_____
<b>Variável: Infra-estrutura básica urbana</b>			
<b>1. Abastecimento de água</b>			
<b>2. Rede de esgoto</b>			
<b>3. Limpeza pública</b>			

3.1 Plano/programas ou projetos para reciclagem e/ou reaproveitamento do lixo	( ) Sim ( ) Não	
<b>4. Energia elétrica</b>		
5. Transporte rodoviário, incluindo taxi (detalhado em outro item)	Urbano	( ) Sim ( ) Não
	Rural	( ) Sim ( ) Não
<b>6. Equipamento médico-hospitalar (detalhado em outro item)</b>		
<b>7. Sistema de comunicação (detalhado em outro item)</b>		
<b>8. Sistema de segurança e salvamento (detalhado em outro item)</b>		

**Variável: Equipamentos e serviços**

**1. Serviços de saúde**

Nome	Tipo	Localização	Atendimento
1) _____	( ) Clínicas ( ) Hospitais ( ) Pronto-socorro ( ) Ambulatório ( ) Posto de Saúde	Endereço:  Telefone:	( ) Médico ( ) Odontológico ( ) Veterinário
2) _____	( ) Clínicas ( ) Hospitais ( ) Pronto-socorro ( ) Ambulatório ( ) Posto de Saúde	Endereço:  Telefone:	( ) Médico ( ) Odontológico ( ) Veterinário
3) _____	( ) Clínicas ( ) Hospitais ( ) Pronto-socorro ( ) Ambulatório ( ) Posto de Saúde	Endereço:  Telefone:	( ) Médico ( ) Odontológico ( ) Veterinário

**2. Serviço de comunicações:**

Agência dos Correios	( ) Sim ( ) Não	Endereço:	
Rádio local	( ) Sim ( ) Não	Nome / Endereço:	
TV local	( ) Sim ( ) Não	Nome / Endereço:	
Jornais/revistas	( ) Sim ( ) Não	Nome / Endereço:	
Telefonia fixa:	( ) Sim ( ) Não	Nomes:	
Telefonia celular:	( ) Sim ( ) Não	Nomes:	

**3. Assistência mecânica**

Oficina em geral	( ) Sim ( ) Não	Nome / Endereço:	
Oficina autorizada	( ) Sim ( ) Não	Nome / Endereço:	
Serviço de guincho e socorro	( ) Sim ( ) Não	Nome / Endereço:	
Borracheiros	( ) Sim ( ) Não	Nome / Endereço:	
Postos de combustível	( ) Sim ( ) Não	Nome / Endereço:	

**4. Segurança pública**

Nome	Tipo	Localização	Atendimento



<b>5. Estabelecimentos financeiros</b>			
Nome	Localização	Atendimento	
<b>6. Entidades públicas e privadas de apoio à área rural</b>			
Nome	Tipo	Localização	Atendimento
<b>7. Entidades públicas e privadas de apoio ao turismo</b>			
Nome	Tipo	Localização	Atendimento
<b>8. Serviços diversos</b>			
Nome	Tipo	Localização	Atendimento
<b>Variável: Aspectos Legais e Administrativo</b>			
<b>1. Organização política e social</b>			
1.1 Composição do governo municipal			
Tipo:		Organograma:	
Executivo:			
Legislativo:			
1.2 Entidades sociais e lideranças atuantes			
<b>2. Legislação</b>			
2.1 Código de Obra	( ) Sim ( ) Não	Anexar	
2.2 Código de postura municipal	( ) Sim ( ) Não	Anexar	
2.3 Código sanitário	( ) Sim ( ) Não	Anexar	
2.4 Legislação de proteção ambiental / relativa a unidade de conservação	( ) Sim ( ) Não	Anexar	
2.5 Leis de zoneamento e parcelamento e ocupação do solo	( ) Sim ( ) Não	Anexar	
2.6 Leis orgânicas	( ) Sim ( ) Não	Anexar	
2.7 Planos diretores	( ) Sim ( ) Não	Anexar	
2.8 Outras leis	( ) Sim ( ) Não	Anexar	
<b>Variável: Aspectos Socioeconômico</b>			
<b>1. Aspectos demográficos</b>			
1.1 Composição da população (sexo e idade) - IBGE			
1.2 Distribuição territorial da população			
1.3 Taxa de natalidade e mortalidade – SEADE			
1.4 Esperança de vida			
1.5 Rendimento			
1.6 Outras informações			

<b>2. Aspectos sociais</b>	
2.1 Habitação – IBGE	
2.2 Educação – IBGE	
2.3 Assistência Social	
2.4 Saúde	
2.5 Existência de conflitos entre a população tradicional e unidades de conservação	
<b>3. Aspectos econômicos</b>	
3.1 Setores de produção – IBGE	
3.1.1 Agricultura	
3.1.2 Industrial	
3.1.3 Comercial	
3.1.4 Serviços	
<b>4. Vocação econômica do município – IBGE</b>	
<b>5. População economicamente ativa</b>	Total _____ Setor turístico _____
<b>6. Despesa e receita pública</b>	Despesa _____ Receita _____
<b>7. Demanda turística</b>	
7.1 Comportamento do consumidor	
7.2 Fatores que influenciam a demanda	
7.3 Elasticidade-preço	
7.4 Elasticidade-renda	
<b>8. Oferta turística</b>	
<b>9. Mercado turístico</b>	Equilíbrio: _____ Tipo: _____
<b>10. Recursos humanos</b>	
10.1 Características do mercado de trabalho	
10.1.1 Qualidade do mercado	
10.1.2 Qualidade da demanda	
10.2 Qualidade da oferta	( ) Formação formal ( ) Formação específica
10.3 Oferta de instruções para a área turística	( ) Formação profissional – Entidade _____ ( ) Aperfeiçoamento – Entidade _____
10.4 Recrutamento e seleção nas empresas turísticas	
<b>Variável: Aspectos turísticos</b>	
<b>1. Atrativos naturais</b>	
1.1 Análise da paisagem	
1.1.1 Tipificação	
a) Geomorfologia	
b) Clima	
c) Hidrografia	
d) Vegetação	
e) Fauna	
1.1.2 Qualidade visual da paisagem	
1.1.3 Intrusão visual	
1.2 Identidade e caracterização dos atrativos naturais	
1.3 Identidade e caracterização dos atrativos naturais potenciais	
<b>2. Histórico-cultural</b>	
2.1 Histórico do município	

2.1.1 História social	
2.1.2 História econômica	
2.1.3 Fazendas históricas	
2.1.4 Outros marcos	
2.2 Folclore	
2.3 Hábitos de vida	
2.4 Principais culturas envolvidas na formação da população	
2.5 Atrativos / recursos turísticos histórico culturais	
<b>2.6 Manifestações e uso tradicional e popular</b>	
2.6.1 Gastronomia	
2.6.2 Artesanato	
2.6.3 Feiras e mercados	
2.7 Realizações técnicas e científicas contemporâneas	
2.8 Acontecimentos programados (calendário de eventos)	
2.8.1 Festas	
2.8.2 Comemorações	
2.8.3 Atividades religiosas	
2.8.4 Atividades populares	
2.8.5 Atividades folclóricas	
2.8.6 Atividades cívicas	
<b>3. Entretenimento</b>	
3.1 Áreas de recreação e instalações esportivas	
3.2 Estabelecimentos noturnos	
3.3 Outros ( escola de samba, capoeira, cinema, teatro, etc.)	
<b>4. Hospedagem</b>	
4.1 Hotéis	
4.2 Motéis	
4.3 Albergues/alojamentos	
4.4 Pensões	
4.5 Casas de aluguel	
4.6 Camping	
4.7 Flats	
4.8 Outros	
<b>5. Alimentação</b>	
<b>6. Outros serviços</b>	
6.1 Agências de turismo	
6.2 Transportadoras turísticas	
6.3 Informações turísticas	
6.4 Locadoras de imóveis	
6.5 Locadoras de veículos	
6.6 Comércio turístico	
6.7 Casa de câmbio e bancos	
<b>7. Histórico da atividade turística no município</b>	
7.1 Órgãos oficiais	( ) Comissão Municipal de Turismo ( ) Conselho Municipal de Turismo
7.2 Fundo Municipal de Turismo	
7.3 Projetos/planos ou programas de desenvolvimento turístico	

## MICROLOCALIDADE

**Variável: Propriedade rural pesquisada**

**1. Nome da propriedade**

<b>2. Nome do proprietário</b>			
<b>3. Endereçamento</b>			
3.1 Identificação oficial da estrada/rua			
3.2 Distrito, bairro ou vila			
3.3 Município e Unidade Federativa			
3.4 CEP			
4. Entrega de correspondência a domicílio		<input type="checkbox"/> Sim – Periodicidade _____ <input type="checkbox"/> Não	
<b>5. Caixa Postal</b>			
<b>6. Endereço eletrônico</b>			
<b>6.1 Página na Internet</b>			
<b>7. Telefone/Fax</b>			
<b>8. Acesso principal / vias de circulação</b>			
8.1 Extensão e largura em metros			
8.2 Tipo de pavimento		<input type="checkbox"/> Cascalho <input type="checkbox"/> Asfalto <input type="checkbox"/> Pedras <input type="checkbox"/> Terra	
8.3 Condições de acesso em época de chuvas		<input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim	
8.4 Condições de acesso em época de seca		<input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim	
8.5 Paisagismo ou arborização		<input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim	
8.6 Iluminação		<input type="checkbox"/> Bom <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim	
<b>9. Trilhas/caminhos</b>			
9.1 Tamanho		Extensão: _____ metros Largura: _____ metros	
9.2 Condições de segurança:	Cercas: <input type="checkbox"/> Cimento com arame <input type="checkbox"/> Madeira com arame <input type="checkbox"/> Não tem	Corrimões: <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Em partes do caminho	Capacidade de carga avaliada e/ou obedecida: <input type="checkbox"/> Alta <input type="checkbox"/> Média <input type="checkbox"/> Pequena
9.3 Tipo de pavimento: <input type="checkbox"/> Terra batida <input type="checkbox"/> Cascalho <input type="checkbox"/> Outros _____		9.4 Conservação: <input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim	9.5 Iluminação <input type="checkbox"/> Natural <input type="checkbox"/> Artificial

9.6 Paisagem:	Existe paisagismo? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	A arborização é natural? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	Vegetação nativa? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
10. Formas de acesso:	Acesso principal: <input type="checkbox"/> Automóvel <input type="checkbox"/> Jeep <input type="checkbox"/> Caminhão <input type="checkbox"/> Outros _____		Trilhas/caminhos: <input type="checkbox"/> A pé <input type="checkbox"/> A cavalo <input type="checkbox"/> A trator <input type="checkbox"/> À bicicleta
11. Sinalização:	Acesso principal: <input type="checkbox"/> Placas <input type="checkbox"/> Setas	Trilhas/caminhos: <input type="checkbox"/> Placas <input type="checkbox"/> Setas	Condições de visibilidade: <input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim
12. Manutenção dos equipamentos e instalações	Periodicidade: _____	Realização: <input type="checkbox"/> Funcionários do Hotel/Fazenda <input type="checkbox"/> Empresas especializadas	
13. Manutenção das piscinas	Periodicidade: _____	Realização: <input type="checkbox"/> Funcionários do Hotel/Fazenda <input type="checkbox"/> Empresas especializadas	
14. Manutenção de trilhas, estradas, caminhos e jardins	Periodicidade: _____	Realização: <input type="checkbox"/> Funcionários do Hotel/Fazenda <input type="checkbox"/> Empresas especializadas	
15. Manutenção de cercas e aceiros (limpeza com desbaste da vegetação de modo a não permitir o alastre de fogo):	Periodicidade: _____	Realização: <input type="checkbox"/> Funcionários do Hotel/Fazenda <input type="checkbox"/> Empresas especializadas	
16. Diferenciais relevantes:			
16.1 Portal centenário: <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	16.2 Mata burro (antiga forma de barreira para animais, cova com palanques de madeira ou trilhos na entrada da propriedade): <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	16.3 Marcos topográficos (descrição): <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	16.4 Linhas de transmissão: <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não

<b>Variável: Atrativos turísticos da propriedade pesquisada</b>	
<b>1. Atrativos naturais</b>	
1.1 Qualidade visual da paisagem	
1.2 Intrusão visual (homogeneidade)	
<b>2. Histórico-cultural</b>	
2.1 Histórico da fazenda	
2.2 Folclore	
2.3 Hábitos de vida	
2.4 Principais culturas envolvidas na formação da população	
2.5 Atrativos / recursos turísticos histórico culturais	
2.6 Manifestações e uso tradicional e popular	
2.6.1 Gastronomia	
2.6.2 Artesanato	

2.7 Realizações técnicas e científicas contemporâneas	
2.8 Acontecimentos programados (calendário de eventos)	
2.8.1 Festas	
2.8.2 Comemorações	
2.8.3 Atividades religiosas	
2.8.4 Atividades populares	
2.8.5 Atividades folclóricas	
2.8.6 Atividades cívicas	
<b>3. Entretenimento</b>	
3.1 Áreas de recreação e instalações esportivas	
3.2 Atividade noturna	
3.3 Outros ( escola de samba, capoeira, cinema, teatro, etc.)	
<b>4. Hospedagem</b>	
4.1 Chalés	
4.2 Outros equipamentos	
<b>5. Alimentação</b>	
<b>6. Outros serviços</b>	
6.1 Artesanato local	
6.2 Produtos alimentícios da fazenda	

<b>Variável: Condições ambientais da propriedade rural pesquisada</b>			
<b>1. Aspectos naturais</b>			
<b>1.1 Relevo predominante:</b>			
<input type="checkbox"/> Montanhas <input type="checkbox"/> Depressões (superfícies mais baixas do que o relevo ao entorno) <input type="checkbox"/> Planaltos <input type="checkbox"/> Depressões absolutas (abaixo do nível do mar) <input type="checkbox"/> Planícies <input type="checkbox"/> Depressão alongada (vales que em geral contêm leito de rio) <input type="checkbox"/> Cânions <input type="checkbox"/> Pequenas montanhas e morros			
<b>1.2 Espeologia</b>		1.2.1 Tipo de cavidade:	
		<input type="checkbox"/> Caverna <input type="checkbox"/> Grutas <input type="checkbox"/> Lapas <input type="checkbox"/> Furnas <input type="checkbox"/> Abismos	
1.2.2 Condições de acessibilidade	1.2.3 Condições de conservação:	1.2.4 Uso pela comunidade local	
<input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim	<input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim	(abrigo, depósito, manifestação folclórica ou religiosa): <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não Utilização: _____	
<b>1.3 Sítios arqueológicos</b>		1.3.1 Tipo	
		<input type="checkbox"/> Cacos de cerâmica <input type="checkbox"/> Potes de barro <input type="checkbox"/> Pontos de flecha <input type="checkbox"/> Machados ou outros instrumentos de pedra <input type="checkbox"/> Pinturas antigas	
1.3.2 Condições de acessibilidade		1.3.3 Condições de conservação:	
<input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim		<input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim	

<b>1.4 Sítios paleontológicos</b>		1.4.1 Tipo <input type="checkbox"/> Ossos <input type="checkbox"/> Dentes <input type="checkbox"/> Conchas presas nas rochas	
1.4.2 Condições de acessibilidade <input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim		1.4.3 Condições de conservação: <input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim	
<b>1.5 Vegetação</b>			
1.5.1 Bioma: _____		1.5.2 Problemas ambientais: <input type="checkbox"/> Desmatamento <input type="checkbox"/> Queimadas <input type="checkbox"/> Desertificação <input type="checkbox"/> Lixo <input type="checkbox"/> Poluição do ar <input type="checkbox"/> Poluição das águas <input type="checkbox"/> Substâncias tóxicas <input type="checkbox"/> Ocupação desordenada	
<b>1.6 Flora e fauna</b>		1.6.1 Espécies: <input type="checkbox"/> Endógenas <input type="checkbox"/> Exóticas <input type="checkbox"/> Aquáticas <input type="checkbox"/> Invasoras	1.6.2 Singularidade <input type="checkbox"/> Visão bucólica, beleza cênica <input type="checkbox"/> Mirantes <input type="checkbox"/> Harmonia da paisagem X construções <input type="checkbox"/> Mata ciliar <input type="checkbox"/> Mata nativa/ remanescente
<b>1.7 Hidrografia</b>			
1.7.1 Rios			
1.7.1.1 Poluição <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	1.7.1.2 Condições de acessibilidade <input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim	1.7.1.3 Vegetação circundante: <input type="checkbox"/> Mata ciliar <input type="checkbox"/> Reflorestada <input type="checkbox"/> Desmatada	
1.7.1.4 Possibilidade de banho: <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	1.7.1.5 Possibilidade de pesca: <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	1.7.1.6 Possibilidade de prática de esportes: <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	
1.7.1.7 Navegabilidade: <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	1.7.1.8 Tipo de embarcações: <input type="checkbox"/> Botes <input type="checkbox"/> Lanchas <input type="checkbox"/> Barcos <input type="checkbox"/> Outras _____	1.7.1.9 Temperatura da água: _____	
<b>1.7.2 Cascatas</b>			
1.7.2.1 Poluição <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	1.7.2.2 Condições de acessibilidade <input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim	1.7.2.3 Vegetação circundante: <input type="checkbox"/> Mata ciliar <input type="checkbox"/> Reflorestada <input type="checkbox"/> Desmatada	
1.7.2.4 Possibilidade de banho: <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	1.7.2.5 Altura da queda _____	1.7.2.6 Temperatura da água: _____	
1.7.3 Lagoas ou alagados			

1.7.3.1 Poluição <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	1.7.3.2 Condições de acessibilidade <input type="checkbox"/> Boa <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Ruim	1.7.3.3 Vegetação circundante: <input type="checkbox"/> Mata ciliar <input type="checkbox"/> Reflorestada <input type="checkbox"/> Desmatada
1.7.3.4 Possibilidade de banho: <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	1.7.3.5 Possibilidade de pesca: <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	1.7.3.6 Possibilidade de prática de esportes: <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
1.7.3.7 Navegabilidade: <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não	1.7.3.8 Tipo de embarcações: <input type="checkbox"/> Botes <input type="checkbox"/> Lanchas <input type="checkbox"/> Barcos <input type="checkbox"/> Outras _____	1.7.3.9 Ancoradouro: <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não
1.7.3.10 Temperatura da água: _____		
<b>1.8 Área Rural</b> (em hectares) - Total: _____		
1.8.1 Área explorada: _____		1.8.2 Área não explorada: _____
1.8.3 Caracterização: <input type="checkbox"/> Área de Proteção Ambiental ( APA) - Área: _____ <input type="checkbox"/> Unidades de conservação (UC) - Área: _____ <input type="checkbox"/> Reserva Particular do Patrimônio Nacional (RPPN) - Área: _____ <input type="checkbox"/> Área reflorestada (espécies nativas) - Área: _____ <input type="checkbox"/> Pastagem nativa - Área: _____ <input type="checkbox"/> Pastagem plantada - Área: _____ <input type="checkbox"/> Horticultura - Área: _____ <input type="checkbox"/> Fruticultura - Área: _____ <input type="checkbox"/> Floricultura - Área: _____ <input type="checkbox"/> Extração vegetal - Área: _____ <input type="checkbox"/> Agricultura tradicional - Área: _____ Cultura: _____ <input type="checkbox"/> Agricultura orgânica - Área: _____ Cultura: _____ <input type="checkbox"/> Agricultura sustentável - Área: _____ Cultura: _____ <input type="checkbox"/> Criação gado - especificar: _____ <input type="checkbox"/> Outras criações animal - especificar: _____ <input type="checkbox"/> Apicultura <input type="checkbox"/> Animais silvestres/selvagens: _____ <input type="checkbox"/> Tanques de criação de peixes <input type="checkbox"/> Tanques de criação de rãs <input type="checkbox"/> Mineração - Área: _____		
1.8.4 Construções e benfeitorias: <input type="checkbox"/> Casa sede <input type="checkbox"/> Administração <input type="checkbox"/> Casa dos funcionários <input type="checkbox"/> Abrigo para animais (cocheiros, baias, galinheiros, etc.) <input type="checkbox"/> Oficinas <input type="checkbox"/> Quiosques <input type="checkbox"/> Piscinas <input type="checkbox"/> Churrasqueiras <input type="checkbox"/> Ranchos <input type="checkbox"/> Chalés <input type="checkbox"/> Mirantes <input type="checkbox"/> Sanitários <input type="checkbox"/> Outros _____		



<b>2. Saneamento básico</b>			
<b>2.1 Água</b>			
2.1.1 A água utilizada é fornecida pela companhia de saneamento ou captada na propriedade? <input type="checkbox"/> Companhia de Saneamento <input type="checkbox"/> Na propriedade			
2.1.2 Se na propriedade, qual é a origem da água?	<input type="checkbox"/> Minas Capacidade: _____ (m <sup>3</sup> )	<input type="checkbox"/> Nascentes Capacidade: _____ (m <sup>3</sup> )	<input type="checkbox"/> Poço artesiano Capacidade: _____ (m <sup>3</sup> )
2.1.3 Contenção/reservatório: <input type="checkbox"/> Caixas cobertas - Capacidade: _____ (m <sup>3</sup> ) <input type="checkbox"/> Valas a céu aberto - Capacidade: _____ (m <sup>3</sup> ) <input type="checkbox"/> Represas - Capacidade: _____ (m <sup>3</sup> )		2.1.4 Captação: <input type="checkbox"/> Galerias <input type="checkbox"/> Canais <input type="checkbox"/> Adutoras <input type="checkbox"/> Mangueiras <input type="checkbox"/> Encanamentos	
2.1.5 Tratamento <input type="checkbox"/> Fluoretação e cloração <input type="checkbox"/> Filtragem <input type="checkbox"/> Outro _____		2.1.6 Limpeza dos reservatórios: Periodicidade: _____ Materiais utilizados: _____	
2.1.7 Distribuição interna: <input type="checkbox"/> Galerias <input type="checkbox"/> Mangueiras <input type="checkbox"/> Encanamentos		2.1.8 Salubridade da água: <input type="checkbox"/> Ausência de cor <input type="checkbox"/> Turbidez <input type="checkbox"/> Odor <input type="checkbox"/> Sabor	
2.1.9 Destino da água: <input type="checkbox"/> Banho e descarga <input type="checkbox"/> Limpeza <input type="checkbox"/> Piscina <input type="checkbox"/> Fazer comida <input type="checkbox"/> Beber <input type="checkbox"/> Animais <input type="checkbox"/> Irrigação		2.1.10 Manutenção das instalações hidráulicas: Periodicidade: _____	
<b>2.2 Esgoto Sanitário</b>			
2.2.1 Fossa séptica: <input type="checkbox"/> Sim – Descrição _____ <input type="checkbox"/> Não		2.2.2 Tratamento com decantação? <input type="checkbox"/> Sim – Descrição _____ <input type="checkbox"/> Não	
2.2.3 Fossa séptica biodigestora (transformado em adubo orgânico)? <input type="checkbox"/> Sim – Uso _____ <input type="checkbox"/> Não		2.2.4 Destino das águas servidas: <input type="checkbox"/> Fossas/sumidouros <input type="checkbox"/> Tanques de tratamento <input type="checkbox"/> Esgotos	
<b>2.3 Lixo rural e resíduos sólidos e líquidos</b>			
2.3.1 Conteção: <input type="checkbox"/> Valas <input type="checkbox"/> Latões <input type="checkbox"/> Aterros <input type="checkbox"/> Provisório		2.3.2 Forma de coleta <input type="checkbox"/> Seletiva <input type="checkbox"/> Indiscriminada	

<p>2.3.3 Acondicionamento para transporte:</p> <p><input type="checkbox"/> Sacos plásticos</p> <p><input type="checkbox"/> Latões</p> <p><input type="checkbox"/> Carriolas</p> <p><input type="checkbox"/> Outros _____</p>	<p>2.3.4 Destino final:</p> <p><input type="checkbox"/> Queima</p> <p><input type="checkbox"/> Enterro</p> <p><input type="checkbox"/> Lançados aos rios</p> <p><input type="checkbox"/> Valas compactas ou não</p> <p><input type="checkbox"/> Coleta pública</p>
<p>2.3.5 Destino de rede pública: (Prefeitura)</p> <p><input type="checkbox"/> Aterros</p> <p><input type="checkbox"/> Indústria de reciclagem</p> <p><input type="checkbox"/> Outros _____</p>	<p>2.3.6 Fontes renováveis:</p> <p><input type="checkbox"/> Adubo orgânico</p> <p><input type="checkbox"/> Biodigestor (a partir do esterco)</p> <p><input type="checkbox"/> Biofertilizante (subproduto)</p>
<p>2.3.7 Alternativas energéticas a partir do lixo (biomassa):</p> <p><input type="checkbox"/> Sim</p> <p><input type="checkbox"/> Não</p>	<p>2.3.8 Formas de armazenamento e transporte de produtos químicos:</p> <p>Local: _____</p> <p>Condições: _____</p>
<p>2.3.9 Identificação dos depósitos de embalagens vazias de produtos químicos e veterinários:</p> <p>Local: _____</p> <p>Condições: _____</p>	
<p><b>2.4 Energia</b></p>	
<p>2.4.1 Transmissão (cabos transformadores):</p> <p><input type="checkbox"/> Rede pública</p> <p><input type="checkbox"/> Rede interna</p>	<p>2.4.2 Distribuição:</p> <p><input type="checkbox"/> Bifásica</p> <p><input type="checkbox"/> Trifásica</p>
<p>2.4.3 Fiação:</p> <p><input type="checkbox"/> Aérea</p> <p><input type="checkbox"/> Subterrânea</p>	<p>2.4.4 Potência: _____ KW</p>
<p>2.4.5 Capacidade de sobrecarga:</p> <p>_____ KW</p>	<p>2.4.6 Consumo médio de energia:</p> <p>_____ KW</p>
<p>2.4.7 Periodicidade de manutenção elétrica preventiva:</p> <p>_____</p>	<p>2.4.8 Existência de pára-raios:</p> <p><input type="checkbox"/> Sim</p> <p><input type="checkbox"/> Não</p>
<p>2.4.9 Fonte de energia alternativa:</p> <p><input type="checkbox"/> Energia solar</p> <p><input type="checkbox"/> Gerador</p> <p><input type="checkbox"/> Outro _____</p>	

## APÊNDICE 2 – Roteiro de Entrevista - Proprietário

**Questionário aplicado em pesquisa de turismo rural implantado em propriedades rurais do entorno da cidade de Goiás (GO), aplicado no dia \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ na \_\_\_\_\_, com o (a) senhor (a)**

---

1. Como surgiu a idéia da atividade turística na Fazenda?

---

---

2. Houve planejamento para a implantação da Pousada/Hotel na Fazenda?

Sim       Não

3. Utilizou-se de consultoria para implantar a Pousada/Hotel na Fazenda?

Sim       Não

4. Alguma entidade pública/privada auxiliou na implantação da Pousada/Hotel?

Sim – Qual? \_\_\_\_\_

Não

5. Há quanto tempo a atividade turística foi implantada na Fazenda?

---

6. Qual é a origem da mão-de-obra?

Da própria fazenda - Vai para a questão 8

Da localidade da Cidade de Goiás - Vai para a questão 7

7. Geralmente, a mão-de-obra contratada residia onde? - Vai para a questão 8

Na zona urbana

Na zona rural

Não sabe informar

8. Os funcionários fizeram algum treinamento para atender o turista?

Sim - Vai para a questão 9

Não - Vai para a questão 11

9. São feitas reciclagens periódicas?

Sim       Não

10. Onde os treinamentos são ministrados?

Na própria fazenda

Na unidade do SENAC

Outro - Mencionar o local: \_\_\_\_\_

11. O (a) senhor (a) acha importante treinar os funcionários para atender melhor o turista?

Sim       Não

12. Desde a implantação da atividade turística a Pousada/Hotel tem conseguido sua sustentabilidade econômica?

Sim       Não

13. Em que é aplicado o acréscimo da receita provindo da Pousada/Hotel ?

- Melhoria da fazenda
- Melhoria na pousada/hotel para atender turistas
- Gastos familiares
- Outros

14. Qual é o comportamento da demanda, ou seja, a pousada/hotel tem tido um movimento garantindo sua taxa de ocupação?

Sim       Não

15. Qual é a média de turista nos períodos:

- a) Alta temporada: \_\_\_\_\_
- b) Média temporada: \_\_\_\_\_
- c) Baixa temporada: \_\_\_\_\_

16. Os eventos realizados na Cidade de Goiás influenciam na demanda da Pousada/Hotel?

Sim       Não

17. Quais eventos realizados na Cidade de Goiás movimentam a Pousada/Hotel?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

18. O turista mostra interesse pela comida típica da cidade de Goiás servida na Pousada/Hotel?

Sim       Não

19. Quais as comidas típicas oferecidas na Pousada/Hotel?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

20. De qual comida típica o turista gosta mais?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

21. Como é feita a divulgação da atividade turística desenvolvida na Fazenda?

- Internet
- Out door
- Agência de viagens
- Outras - Qual: \_\_\_\_\_

22. O que a Pousada/Hotel tem feito para atrair turistas?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

23. Quais são as atividades ofertadas ao turista na Fazenda?

---

---

24. Quais as atividades que o turista mais busca na Fazenda, mesmo que não são ofertadas?

---

---

25. O turista respeita o meio ambiente não jogando lixo, arrancando plantas e cuidando dos animais?

Sim       Não

26. O que os sensibilizam para a preservação do meio ambiente?

---

---

27. O turista recebe informações sobre a necessidade de manter o meio ambiente intacto?

Sim - Se sim, como: \_\_\_\_\_

Não

28. Desde a implantação da Pousada/Hotel é verificado uma maior conservação do meio ambiente?

Sim       Não

29. A Pousada/Hotel toma algumas medidas de gestão ambiental no sentido de economizar água e energia? Se sim, como?

---

---

---

### APÊNDICE 3 - Roteiro de Entrevista - Funcionário

**Questionário aplicado em pesquisa de turismo rural implantado em propriedades rurais do entorno da cidade de Goiás (GO), aplicado no dia \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ na \_\_\_\_\_, com o (a) senhor (a)**

\_\_\_\_\_, **que exerce função de**  
\_\_\_\_\_.

1. O (a) senhor (a) já trabalhava na Fazenda quando começou a trabalhar na Pousada/Hotel?

Sim - Vai para a questão 3

Não - Vai para a questão 2

2. De onde o (a) senhor (a) veio?

Da fazenda vizinha

Da cidade - Qual cidade? \_\_\_\_\_

3. Há quanto tempo o (a) senhor (a) trabalha na Fazenda?

\_\_\_\_\_

4. O (a) senhor recebeu instruções para atender o turista na Fazenda?

Sim - Onde teve treinamento? \_\_\_\_\_

Não

5. O que o turista mais gosta de fazer na Fazenda?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

6. Vocês fazem algum tipo de apresentação de dança, música ou contando causos da região?

Sim - Que tipo? \_\_\_\_\_

Não

7. Há momentos de atividades religiosa na Pousada/Hotel? Qual tipo? Quem faz? Como o turista participa?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

8. Quais os principais comidas oferecidas aos turistas?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

9. Por que estas comidas são oferecidas aos turistas?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

10. O turista gosta da comida oferecida na Pousada/Hotel?

Sim       Não

11. O turista ajuda a manter o meio ambiente não jogando lixo, arrancando plantas e cuidando dos animais?

Sim       Não

12. Alguma vez o (a) senhor (a) precisou chamar a atenção de algum turista que estivesse desrespeitando a natureza?

Sim       Não

Específico para mão-de-obra aproveitada do campo:

13. Com a implantação da Pousada/Hotel, o (a) senhor (a) continua desempenhando suas atividades da rotina da Fazenda?

Sim - Quais? \_\_\_\_\_  
 Não

14. Sua família trabalha na Fazenda?

Sim       Não

15. Sua família também trabalha atendendo turistas?

Sim – Em qual atividade? \_\_\_\_\_  
 Não

16. Depois que o (a) senhor (a) começou a trabalhar atendendo turistas na Fazenda, sua vida melhorou?

Sim       Não

Por quê?

\_\_\_\_\_

17. Depois que o (a) senhor (a) começou a trabalhar atendendo turistas na Pousada/Hotel a renda da sua família melhorou?

Sim       Não

18. Com a implantação do turismo na fazenda, melhorou as estradas, fornecimento de água, energia e telefone? Esse benefício facilitou a vida do (a) senhor (a)?

Sim       Não

## APÊNDICE 4 - Roteiro de Entrevista - Turista

Questionário aplicado no dia \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ na \_\_\_\_\_ em pesquisa de turismo rural implantado em propriedades rurais do entorno da cidade de Goiás (GO), realizada pela mestrandia **Katia Aline Forville de Andrade** do Programa de Mestrado em Ecologia e Produção Sustentável da Universidade Católica de Goiás.

1. De onde você vem? ( ) Brasília – DF ( ) Goiânia – GO ( ) Interior de Goiás ( ) De outro Estado – Qual? _____ ( ) De outro País – Qual? _____	9. Você gosta de andar a cavalo? ( ) Sim ( ) Não
	10. Você gosta da paisagem rural? ( ) Sim ( ) Não
	11. Você acha que existe harmonia entre a arquitetura do hotel/pousada e a paisagem rural? ( ) Sim ( ) Não
2. Você costuma viajar à lazer (turismo) ? ( ) Sim ( ) Não	12. Você acha importante valorizar a cultura local? ( ) Sim ( ) Não
3. Como você ficou sabendo deste hotel/pousada? ( ) Internet ( ) Guias turísticos ( ) Indicação de um amigo ( ) Instituição (Secretaria de Turismo, Agetur, Conselho Municipal de Turismo, etc.) ( ) Outro meio - Qual? _____	13. O quê você gostaria de ter vivenciado na fazenda? ( ) Manifestações folclóricas ( ) Apresentação de música e danças típicas ( ) Contador de causos/histórias ( ) Nenhuma das anteriores ( ) Outros – O quê? _____
4. Por que você escolheu vir a este hotel/pousada? ( ) Queria conhecer ( ) Já conhecia e quis retornar ( ) Outro motivo _____	14. Além das fotos, o quê você esperava levar de lembrança deste passeio? ( ) Artesanato local ( ) Produtos alimentícios artesanais (queijos, doces, pães, biscoitos, licores, etc.) ( ) Nenhuma das anteriores ( ) Outros – O quê? _____
5. Você gosta da comida típica da fazenda? ( ) Sim ( ) Não	15. O quê o motivou a se hospedar neste hotel/pousada? ( ) Contato com a natureza ( ) Retorno às raízes do campo ( ) Descanso ( ) Lazer ( ) Falta de opção de outro hotel/pousada na cidade ( ) Nenhuma das anteriores ( ) Outro motivo – Qual? _____
6. Você gostaria de ter comido alguma comida que não foi servida no hotel/pousada durante sua estada?  ( ) Sim – Qual? _____ ( ) Não	
7. Você gosta de beber o leite fresquinho tirado na hora? ( ) Sim ( ) Não	16. Você conhece outros hotéis/pousadas que ofertam turismo em meio rural? ( ) Sim ( ) Não
8. Você gosta de acompanhar uma ordenha manual? ( ) Sim ( ) Não	17. Você pretende voltar a este hotel/pousada? ( ) Sim ( ) Não



## APÊNDICE 5 – Formulário de Aceite

Eu, \_\_\_\_\_, CPF nº \_\_\_\_\_, RG nº \_\_\_\_\_, natural de \_\_\_\_\_, residente no endereço \_\_\_\_\_, aceito responde o formulário de entrevista da aluna **Katia Aline Forville de Andrade**, do Programa de Pós-graduação Stricto Sensu - Mestrado em Ecologia e Produção Sustentável da Universidade Católica de Goiás.

Autorizo a divulgação das informações cedidas bem como de eventuais imagens.

\_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ de 2006.

\_\_\_\_\_

## APÊNDICE 6 – Fotografias dos Empreendimentos

### 6.1 Hotel Fazenda Manduzanzan





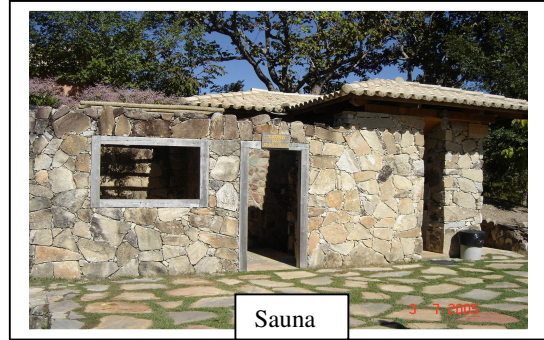
Acesso aos Chalés



Represa



Área de Lazer



Sauna



Piscinas



Piscina



Trilha



Cachoeira das Andorinhas

## 6.2 Fazenda Quinta Pousada Ecológica





Restaurante



Capela



Chalé



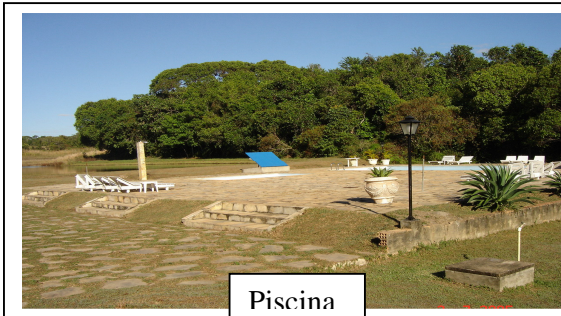
Quarto



Reserva



Pátio da Pousada



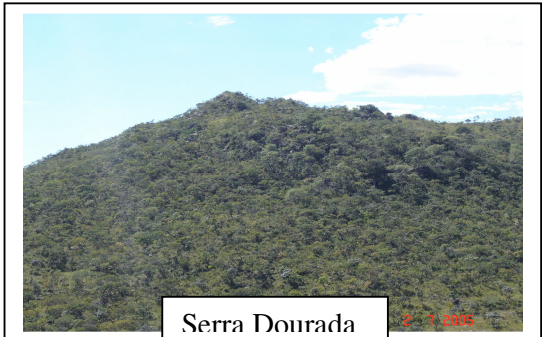
Piscina



Piscina



Passeio a Cavalo



Serra Dourada

A553t Andrade, Katia Aline Forville de.  
Turismo rural no entorno da Cidade de Goiás  
(GO) / Katia Aline Forville de Andrade. – 2006.  
99 f. : il.

Dissertação (mestrado) – Universidade Católica de Goiás,  
Mestrado em Ecologia e Produção Sustentável, 2006.

“Orientadora: Profa. Dra. Cleonice Rocha”.

“Co-orientadora: Profa. Dra. Eliane Lopes Brenner”.

1. Turismo rural. 2. Turismo sustentável. 3. Agricultura  
familiar. I. Título.

CDU: 379.85(817.3)(043)